COSMÉTICOS
Como O Boticário planeja o seu futuro

DINHEIRO INVESTIDOR
Os livros indicados pelos mestres das finanças

SUCESSÃO
Uma nova alma para a Starbucks

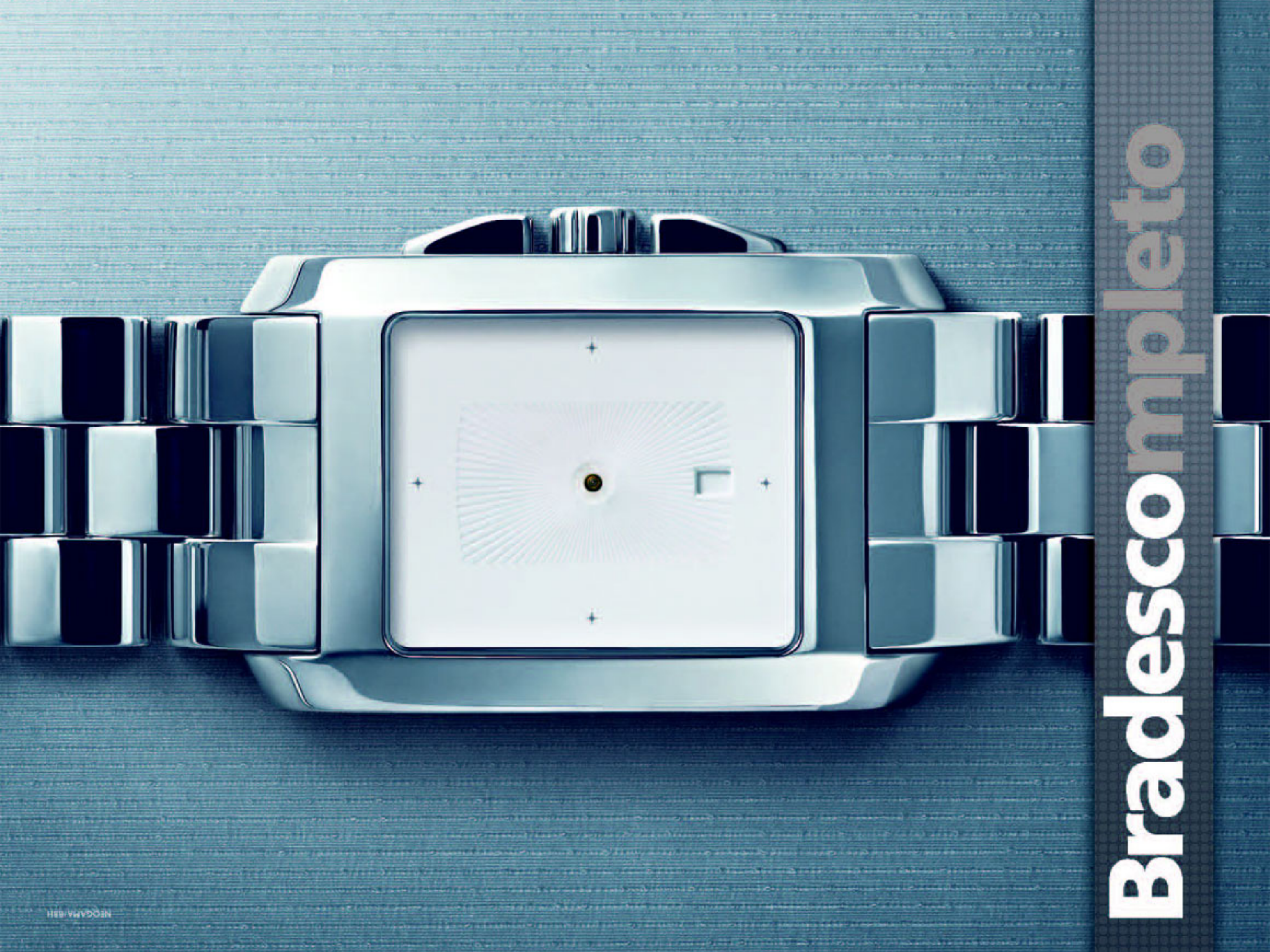
ISTOÉ Dinheiro
www.istoedinheiro.com.br
REVISTA SEMANAL DE NEGÓCIOS

GRAU DE INVESTIMENTO

O BRASIL TEM A FORÇA

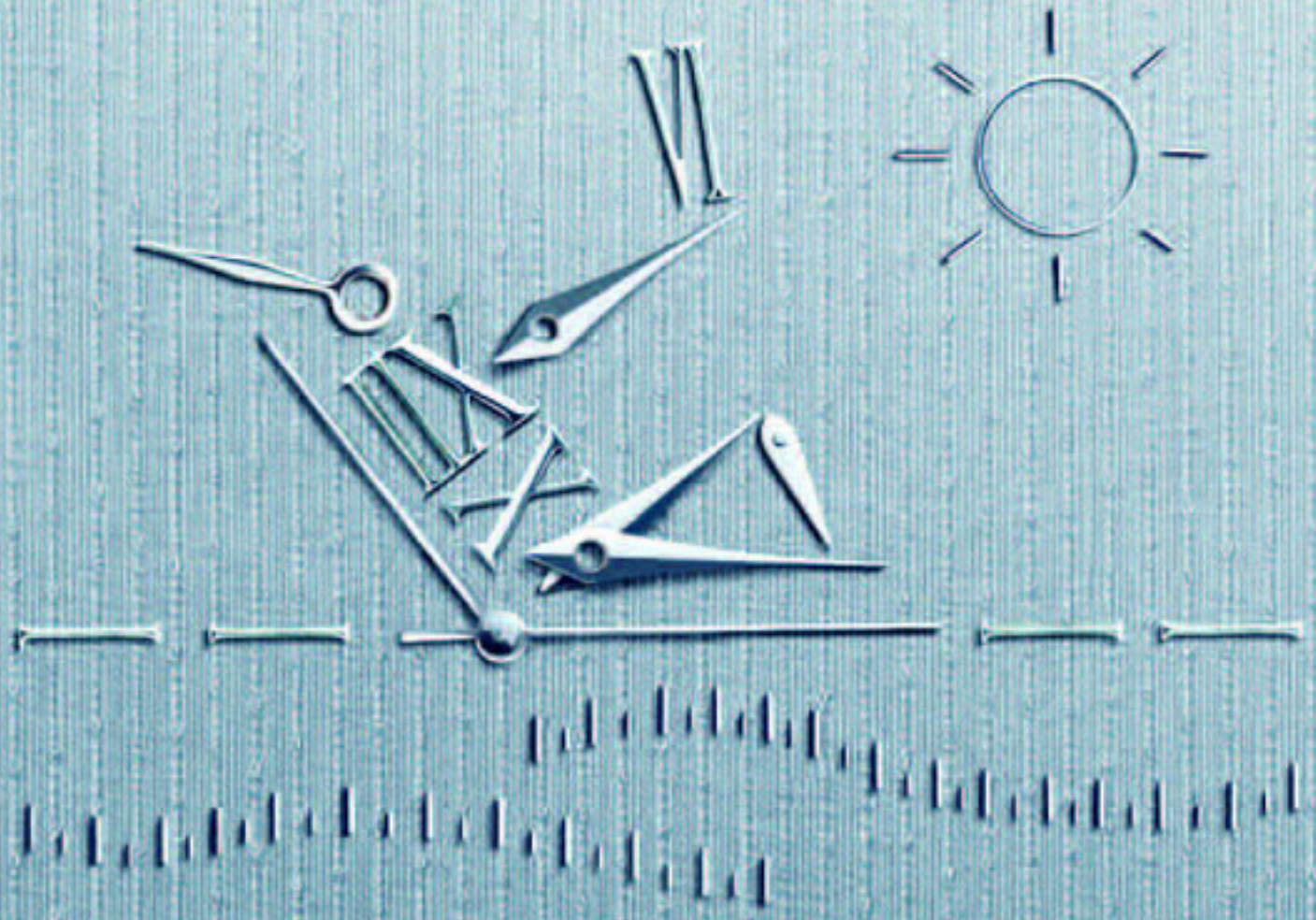
A principal agência de risco do mundo classifica o País como um porto seguro para os investidores e deflagra uma nova onda de euforia nos mercados. O que você pode ganhar com isso e o que muda na economia brasileira

07 DE MAIO/2008 Nº 553 – ANO 11
R$ 8,90
EXEMPLAR DE ASSINANTE
VENDA PROIBIDA


Bradesco
completo

A VIDA É BOA. MAS SÓ COM TEMPO ELA É PRIME.

Cliente Prime tem Programa de Fidelidade. Ou seja, ganha descontos nas tarifas e na taxa de juros. Abra sua conta e ganhe mais que variedade de serviços: ganhe tempo para aproveitar o que você conquistou. Fale com nossos Gerentes de Relacionamento. **www.bradescoprime.com.br**

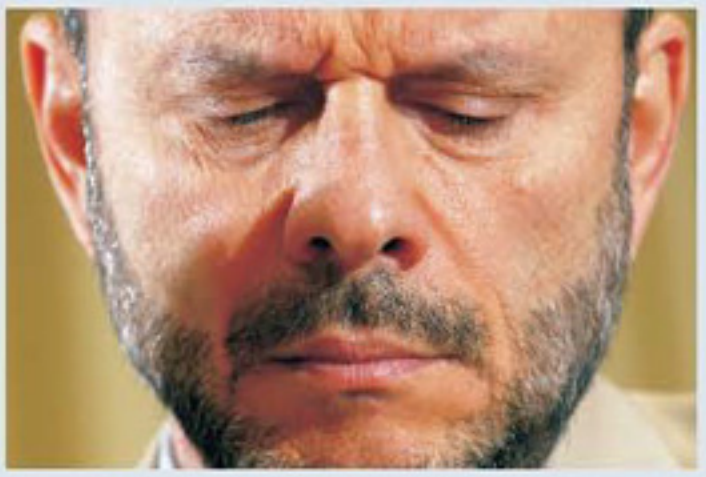


Prime

ISTOÉ Dinheiro

EDIÇÃO 553, DE 07 DE MAIO DE 2008

ENTREVISTA
Luiz Falco, presidente da Oi... *pág. 18*

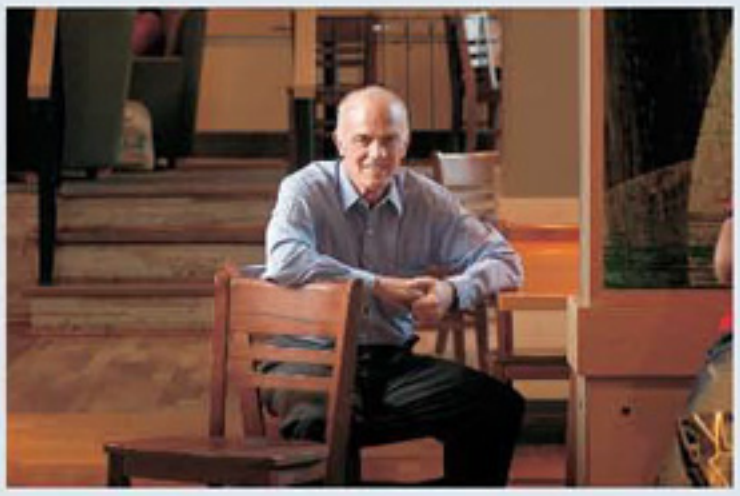


DESENVOLVIMENTO
O que está pensando o presidente do BNDES... *pág. 36*

MODA
O poder jovem da Daslu... *pág. 76*

COSMÉTICOS
O futuro, segundo O Boticário... *pág. 48*

SUCESSÃO
Uma nova alma para a Starbucks... *pág. 44*



DINHEIRO INVESTIDOR
A biblioteca básica das finanças... *pág. 86*

Dinheiro na semana

ELETRÔNICOS
Sharp anuncia volta ao Brasil... **pág. 8**

MOEDA FORTE
O contra-ataque da BR Distribuidora... **pág. 12**

PODER
Lula dá conselho aos alemães... **pág. 14**

MÍDIA & CIA.
Novo braço da Y&R... **pág. 16**

EMPRESAS DO BEM
Bunge na comunidade... **pág. 17**

MERCADO DIGITAL
Uma idéia na cabeça, um celular na mão... **pág. 42**

COBIÇA
Armani na tela... **pág. 81**

ARTIGO
A gasolina subiu. E daí?... **pág. 98**

Economia

GRAU DE INVESTIMENTO
As velhinhas da Califórnia vêm aí... **pág. 32**

TRAJETÓRIA
Como o Brasil chegou lá... **pág. 34**

ESTUDO
O efeito da boa nova em outros países... **pág. 35**

INFRA-ESTRUTURA
As empresas na esteira do PAC... **pág. 38**

E-commerce

PUBLICIDADE
O jogo rentável dos games... **pág. 48**

Negócios

INDÚSTRIA
Pioneer pega carona no crescimento... **pág. 52**

REPORTAGEM DE CAPA
Veio antes do que se esperava. Na quarta-feira 30, a euforia tomou conta dos mercados com o anúncio de que a agência de risco Standard & Poor's classificou o Brasil como um porto seguro para os investimentos. A expectativa é de um novo impulso na economia brasileira, com efeitos para as contas públicas, as empresas e os investidores... *pág. 28*

Dinheiro da Redação

Brasil potência

Nos últimos tempos, vários analistas começaram uma discussão instigante: o que falta ao Brasil para virar uma potência global? A julgar pelas necessidades mundiais mais prementes, o Brasil tem de tudo para se habilitar ao papel de salvador do planeta. Combustível e alimentos estão na ordem do dia como recursos escassos. O etanol já é tido como a alternativa energética mais promissora e no campo da produção de alimentos – com as seguidas safras recorde de grãos e produção em alta de carnes e aves por aqui – poucos países são capazes de fazer frente ao avanço nacional. Indicadores econômicos de emprego, PIB e investimento levaram o Brasil a mais um tento promissor: na semana passada, a agência de risco Standard & Poor's finalmente concedeu o título de (grau de investimento ao País). Foi uma mudança de patamar considerável. Com esse aval, os mercados internacionais passam a considerar residual o risco de inadimplência do País. E assim, com a ameaça de calote descartada, os fluxos de capitais das várias praças tendem a aumentar suas apostas internamente. É mais dinheiro gerando mais crédito, mais produção, mais crescimento, num ciclo virtuoso que há muito não se via. O Brasil parece ter embarcado de vez no bonde do desenvolvimento sustentável. Com a notícia do "grau de investimento", a Bovespa experimentou disparada recorde. O presidente Lula não cabia em si de entusiasmo. "Somos donos do próprio nariz", saudou, relembrando mais uma vez sua escalada de Garanhuns, no interior pernambucano, ao poder. "Nunca pensei que chegaria o dia em que os brasileiros passariam a ter preocupação com o ingresso de dólar." Ninguém na verdade esperava que a nota do "grau de investimento" saísse tão cedo. Mas os seguidos elogios internacionais, inclusive dos EUA, ao trabalho de liderança brasileira no continente devem ter contribuído para o resultado. A Standard assinalou: "O modo como o Brasil vem gerindo seus compromissos atenua qualquer risco." Com o novo status, vôos mais altos são possíveis. No passado recente, durante décadas, o cidadão vivia ouvindo – sem acreditar muito – o mantra do "Brasil grande", do "País do futuro". Tais premissas, hoje, parecem estar mais próximas de virar uma doce realidade.

Carlos José Marques

INOVAÇÃO
Agência paulista lança franquia de casas de câmbio... **pág. 54**

ALIMENTAÇÃO
O plano da Subway para derrotar o McDonald's... **pág. 56**

LOGÍSTICA
A encomenda sob medida da UPS... **pág. 60**

VINHOS
Além das fronteiras da Serra Gaúcha... **pág. 62**

CAMINHÕES
O desafio da Iveco para não perder velocidade... **pág. 64**

VESTUÁRIO
O figurino sedutor da DeMillus... **pág. 66**

VEÍCULOS
E o KA sumiu... **pág. 68**

OLIMPÍADA
Pequim manda parar as máquinas... **pág. 74**

Estilo

MODA CORPORATIVA
Executivos desatam o nó da gravata... **pág. 78**

LEILÃO
As jóias de Onassis... **pág. 80**

Finanças

BANCOS
BBVA de volta ao começo... **pág. 83**

Dinheiro Investidor

AÇÕES
Bovespa noturna... **pág. 90**

HERANÇA
Lily vende tudo e ensina a planejar o espólio... **pág. 91**

DINHEIRO EM AÇÃO
Bancos fazem a festa com a promoção do Brasil... **pág. 92**

CAPA: *Montagem sobre foto de Edu Lopes/Agência IstoÉ*

IBAMA
CADASTRO
REGULARIZADO

Preço válido enquanto durar o estoque (1 unidade nas concessionárias autorizadas para venda). *Valor à vista de tabela de veículo Outlander gasolina 3.0 L V6 automático ano/modelo 2008: R$ 129.990,00, exceto para Zona Franca de Manaus: R$ 124.784,00 e Goiás: R$ 130.349,00 (frete incluso). Imagem ilustrativa.

Castrol

A MITSUBISHI USA É RECOMENDA LUBRIFICANTES

OUTLANDER É 4x4 É MITSUBISHI.

OUTLANDER 3.0 L V6: R$ 129.990,* À VISTA (FRETE INCLUSO)

Exceto para Zona Franca de Manaus e Goiás.

ESTE CARRO TEM TUDO O QUE É
MAIS BACANA, INCLUSIVE O DONO.

MITSUBISHI
OUTLANDER ALTA PERFORMANCE EM 4X4.

WWW.MITSUBISHIMOTORS.COM.BR SAC 0800 702 0404

MITSUBISHI
MOTORS

28 DE ABRIL: *começa a feira de agronegócio Agrishow, que deve movimentar R$ 800 milhões*

29 DE ABRIL: *Justiça chinesa condena a três anos de prisão 30 pessoas que participaram dos protestos no Tibete*

AP/GERALD HERBERT

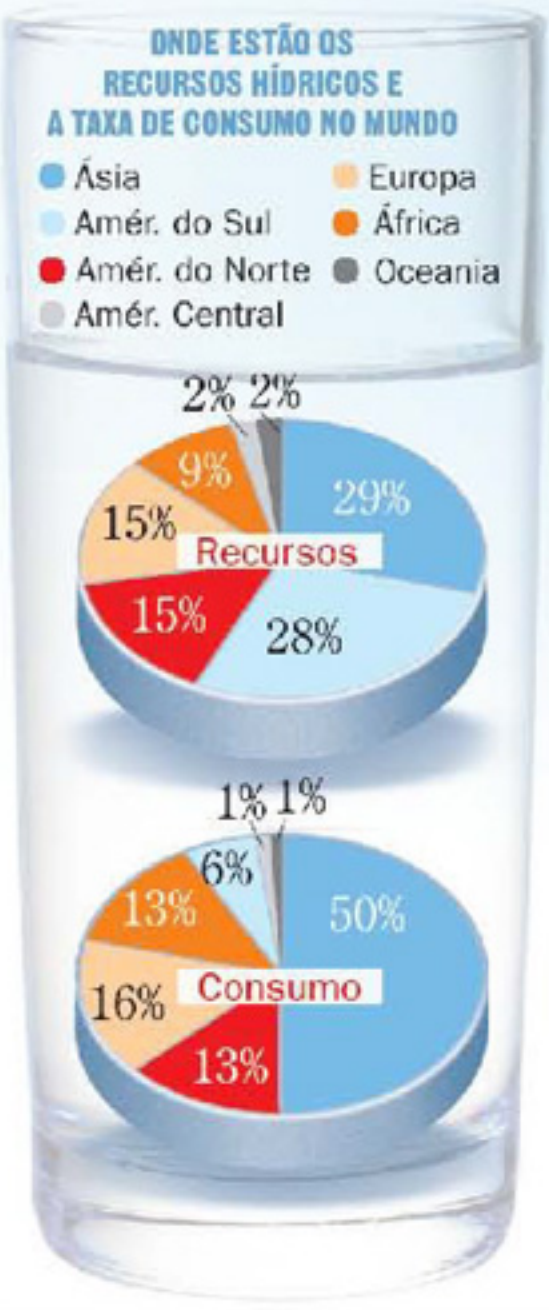
29 DE ABRIL: *George W. Bush e Dilma Rousseff discutem em Washington acordos tributários entre os EUA e o Brasil*

ELETROELETRÔNICOS

Sharp volta ao Brasil

DESDE QUE A SHARP TEVE SUA falência decretada, em 2003, especulou-se muito sobre o possível retorno da marca ao Brasil. O último boato dizia que um grupo coreano estaria prestes a apostar na ressurreição da empresa. Agora, no entanto, a história é para valer. Na semana passada, o Grupo Mitsui anunciou que vai montar uma fábrica em Manaus para a produção de TVs. Um dos maiores conglomerados do Japão, a Mitsui quer que a unidade entre em operação até o final do ano. A Sharp foi uma das marcas de maior prestígio no mercado brasileiro de eletroeletrônicos. Fundada em 1961 por Mathias Machline, chegou a faturar, no início dos anos 90, US$ 1 bilhão. Em 1994, Machline morreu num acidente de helicóptero. Pouco depois, a empresa mergulhou numa crise financeira, que resultou na sua falência. O Brasil está na mira do presidente mundial da Mitsui, Shoei Utsuda. Ele declarou recentemente que pretende investir, nos próximos quatro anos, US$ 200 milhões no País. Atualmente, a Mitsui possui 15% de participação no capital da Valepar, holding controladora da Vale do Rio Doce, além de atuar nas áreas de energia, agricultura e infra-estrutura.

POR QUE A ÁGUA É UM DOS MAIORES DESAFIOS DA HUMANIDADE



MEIO AMBIENTE

Por que a água é o maior desafio do futuro

Nenhuma questão é tão vital para o futuro do planeta quanto a escassez de água. Para alguns pesquisadores, o problema é mais urgente que o aquecimento global. Segundo dados da ONU, o ritmo de desertificação verificado em algumas regiões aponta para um cenário de catástrofe em 2025. Isso se o ritmo de devastação ambiental e a taxa de urbanização continuarem no mesmo ritmo – e tudo indica que devam aumentar. Entenda a dimensão do problema:

O MAPA DA ÁGUA DISPONÍVEL NO MUNDO

VAREJO

A nova marca do Pão de Açúcar

O Grupo Pão de Açúcar lança nesta semana a marca Qualitá, que irá responder pelos produtos exclusivos vendidos em todas as redes do Grupo (hipermercados Extra e supermercados Pão de Açúcar, CompreBem e Sendas). Até o final do ano, serão 880 itens com o novo selo.

ELEIÇÃO NOS EUA

Da HP para a política

Carly Fiorina, a milionária ex-presidente da Hewlett-Packard e uma das executivas mais poderosas do mundo,

Por Amauri Segalla

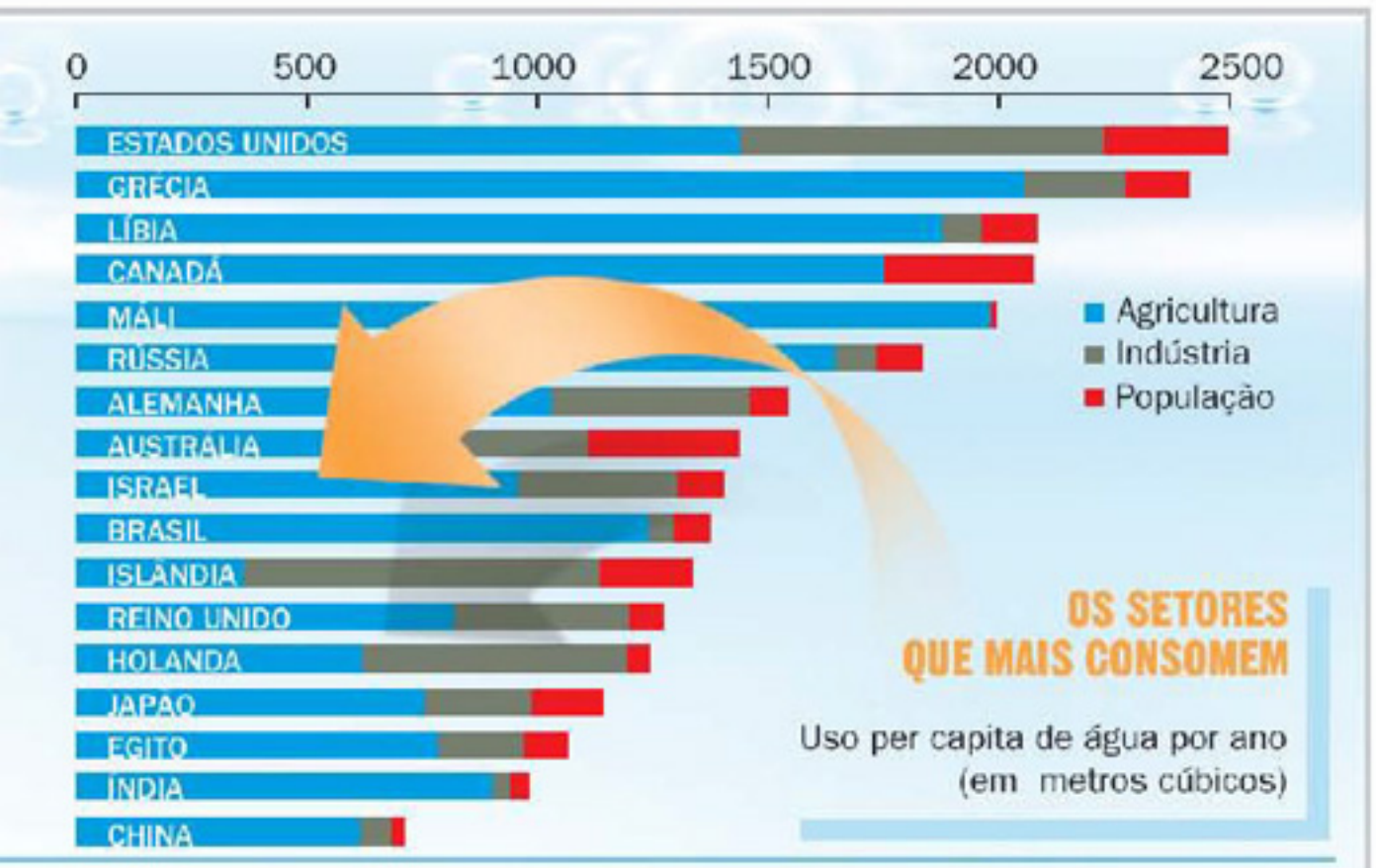
AMÉRICO VERMELHO

30 DE ABRIL: *Jean Ziegler, relator da ONU, culpa o FMI pela crise alimentar mundial*

AFP PHOTO/ALBERTO ROQUE

30 DE ABRIL: *estudantes protestam contra o modelo econômico do Chile, que, segundo eles, exclui pobres e favorece ricos*

30 DE ABRIL: *o banqueiro David Rockefeller doa o valor recorde de US$ 100 milhões a Harvard*



Fontes: ONU e Unesco

NÚMEROS

8,7 bilhões

DE DÓLARES foi o ingresso de investimentos estrangeiros no Brasil, no primeiro trimestre. Segundo o Banco Central, o resultado foi o melhor para o período desde que a série histórica foi inaugurada, em 1947. O setor financeiro foi o que mais recebeu recursos do Exterior. Metalúrgicas e montadoras de veículos vêm na seqüência.

74 milhões

DE REAIS foi o prejuízo da Gol no primeiro trimestre, ante lucro de R$ 91,5 milhões obtido em igual período do ano passado. Segundo a empresa, o resultado negativo foi pressionado pela Varig e pelo aumento dos custos com combustíveis.

9,5

DÓLARES por mês é o novo piso para a aposentadoria em Cuba depois do aumento de 20% concedido pelo presidente Raúl Castro. Segundo o governo, a medida vai beneficiar dois milhões de cubanos. A última alta de salários havia sido em 2005. Mesmo assim, ainda é um dos salários mais baixos do mundo.

10%

FOI O ÍNDICE de reajuste do preço da gasolina anunciado pelo ministro da Fazenda, Guido Mantega. O governo diz que o aumento só vale para as refinarias e que não chegará aos postos de combustível. O diesel subiu 15%.

está de volta. Aos 53 anos, tornou-se assessora de John McCain, candidato republicano à Presidência dos Estados Unidos. Carly acompanha McCain no corpo a corpo com eleitores e é responsável por angariar fundos para a campanha. Segundo a imprensa americana, ela cobiça um cargo num eventual governo McCain. Detalhe: em 2005, Carly pediu demissão da HP por causa de um escândalo de espionagem industrial.

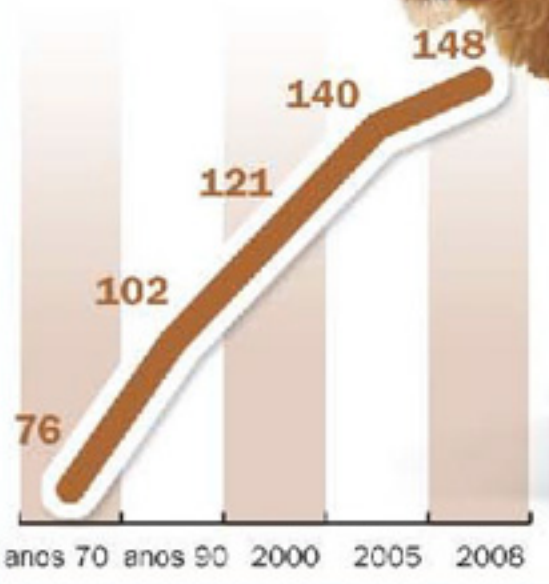
CARGA TRIBUTÁRIA

O peso dos impostos na vida do brasileiro

Um estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT) demonstrou por que a carga tributária representa um fardo para o País. Segundo a pesquisa, os brasileiros nascidos em 2008 terão de trabalhar quase metade de suas vidas para pagar tributos federais, estaduais e municipais. O IBPT cruzou dados como expectativa de vida e a evolução dos tributos no Brasil a partir do início do século passado. Os números surpreendem. Desde os anos 70, dobrou a quantidade de dias que um brasileiro precisa trabalhar para saciar o apetite tributário. Observe no quadro:

148 dias perdidos

Nos anos 70, o brasileiro trabalhava 76 dias por ano para pagar impostos. Hoje, são 148 dias. Confira a evolução.



ENTREVISTA

Azzaro a bordo da Porsche

A marca francesa de perfumes Azzaro, responsável pela venda de mais de oito milhões de unidades por ano no mundo, vai anunciar na quarta-feira 7 o lançamento de sua nova fragrância, o Chrome Legend. A grife também acaba de fechar parceria com o estúdio Porsche Design, fabricante de produtos com o selo da montadora alemã, para fazer uma linha de cosméticos masculinos. Presidente mundial da Azzaro, Gerard Delcour falou à repórter Carolina Guerra.

Qual é a importância do mercado brasileiro para a Azzaro?
O Brasil está entre os seis maiores mercados de nossa grife. Dos 17 mil pontos-de-venda que temos no mundo, 500 estão no País.

Como será a parceria com a Porsche Design?
Nós estávamos procurando um nome que tivesse notoriedade mundial e também um apelo masculino. Por isso, entramos em contato com a Porsche Design. Em 1º de outubro lançaremos o perfume e a linha de cosméticos. No começo de 2009 a novidade chega ao mercado sul-americano.

O mercado de perfumes é bastante competitivo, com cerca de 800 lançamentos por ano. Quais os desafios para se criar um clássico entre os perfumes?
As chances de criar um clássico são pequenas. A cada dez lançamentos, apenas um sobrevive nas prateleiras por mais de um ano e meio.

CURTAS

A FUNDAÇÃO GETULIO Vargas foi eleita pelo Instituto Think Tanks and Civil Societies Program, com sede na Filadélfia (Estados Unidos), um dos 30 melhores centros de estudo do mundo. A pesquisa foi coordenada por James McGann, que também é consultor do Banco Mundial. Fundada em 1944, a FGV tem unidades de ensino no Rio de Janeiro e em São Paulo e oferece cursos regulares em outros Estados.

A COMPANHIA VALE DO RIO doce vai investir US$ 1,5 milhão em um centro de pesquisa na Universidade de Colúmbia, nos Estados Unidos. O objetivo do convênio é enviar brasileiros para a realização de cursos na instituição. Segundo o presidente da Vale, Roger Agnelli, a empresa tem tido dificuldade para encontrar técnicos qualificados.

A SADIA E A AMERICANA Kraf Foods, uma das gigantes mundiais do ramo de alimentos, criaram uma joint-venture para fabricar e vender queijos no Brasil. Prevista para começar a funcionar a partir de agosto, a parceria nasceu com um investimento de R$ 30 milhões. Os sócios esperam alcançar, em cinco anos, um faturamento anual de R$ 300 milhões.

ESCÂNDALO

A Nike ainda quer Ronaldo?

O suposto envolvimento de Ronaldo com três travestis pode causar danos financeiros ao craque. Na semana passada, circularam rumores sobre um possível rompimento do contrato de patrocínio que a Nike mantém com o jogador. Isso porque uma cláusula permitiria a rescisão, caso uma das partes tenha a imagem afetada por mau comportamento. O estrago já está feito. A namorada de Ronaldo, Bia Anthony, rompeu o relacionamento.

MUITO MAIS DO QUE PESSOAS TRABALHANDO JUNTAS. UM TIME.

A GRSA está resgatando uma das maiores tradições da cidade de Bauru: o basquete.

Sempre que uma empresa escolhe patrocinar algum esporte, é importante que ele transmita os valores, a missão e a forma de pensar da empresa. Por isso, a GRSA optou por um esporte coletivo. Com mais de 26 mil colaboradores, servindo mais de 1 milhão de refeições todos os dias, em todo o País, não há lugar para individualismo. Cada integrante é especializado em uma posição, chamando a responsabilidade, vestindo a camisa do cliente e da empresa, sempre jogando dentro das regras.

Acesse ***www.grsa.com.br*** e confira as informações sobre o time, jogadores, tabela de jogos, wallpaper e game online, para você testar suas habilidades.

GRSA. A gente faz cada dia melhor.

Sede GRSA: 11 2135-3000

GRSA
GRUPO DE SOLUÇÕES EM ALIMENTAÇÃO

EMPRESAS · EDUCAÇÃO · SAÚDE · VAREJO · SERVIÇOS

Soluções

Marcas parceiras

GRSA. A member of Compass Group.

agência X
O.S.:225085

Por Leonardo Attuch

COMBUSTÍVEIS

O contra-ataque da BR Distribuidora

A derrota para a Cosan no leilão da Esso não desanimou **José Eduardo Dutra**, que preside a BR Distribuidora. Ele acredita que há duas grandes oportunidades para a estatal: a compra da rede de postos Esso nos demais países da América Latina, que ficou de fora do negócio com a Cosan, e também a da **Texaco**, que estaria saindo do País. No primeiro caso, a única dificuldade será ampliar a participação na Argentina, onde a Petrobras já tem uma participação relevante.

BANCOS

Novo apelido

Depois de contabilizar prejuízos de US$ 38 bilhões com as perdas do *subprime*, o banco suíço UBS ganhou um apelido internacional: *Used to be Smart*. Algo como "já fomos inteligentes".

IMPOSTOS

Os dois "Eikes"

Na semana passada, o bilionário **Eike Batista** deu uma palestra em São Paulo e acabou fazendo uma avaliação curiosa sobre o sistema tributário brasileiro. "Como minerador, ok", disse ele. "Mas para um dono de restaurante, é duro". Explica-se: além de controlar a segunda mineradora de ferro do País, Eike também tem o restaurante Mr. Lam, no Rio de Janeiro, onde o lucro, segundo ele, lhe escorre pelos dedos.

TELEFONIA

Sem roaming

No dia em que a Oi fechou a compra da Brasil Telecom, executivos dos fundos de pensão e das próprias operadoras tentaram dar a notícia a **Ricardo Knoepfelmacher**, presidente da BrT. Não conseguiram. Ricardo K. sumiu de circulação e desligou o celular.

AGRONEGÓCIO

Volta por cima

No início da semana passada, o governo de Mato Grosso lançou uma campanha contra o trabalho escravo, e a fazenda Agrovás, do deputado **Jorge Picciani** (PMDB/RJ), apresentou um vídeo sobre as condições de trabalho na propriedade. É uma reviravolta e tanto. Em 2003, Picciani chegou a ser acusado de utilizar trabalho escravo, foi absolvido e, agora, sua propriedade é tida como modelo.

COLANDO GRAU DE INVESTIMENTO

CURTAS

O escritório de advocacia Azevedo Sette, comandado pelo mineiro **Ordélio Azevedo Sette**, ficou em primeiro lugar no *ranking* de fusões e aquisições na América Latina no primeiro trimestre de 2008. O escritório assessorou operações que somam US$ 1,9 bilhão.

O atual *boom* do petróleo tem provocado efeitos inacreditáveis. O Qatar, pequeno país do Golfo Pérsico, já é aquele com a maior receita de óleo por habitante. Nada menos que US$ 90 mil/ano, ou seja, três vezes a renda *per capita* dos Estados Unidos.

No dia 2 de junho, a Organização Mundial do Comércio deve anunciar o resultado da ação que produtores brasileiros de algodão moveram contra os subsídios dos Estados Unidos. O valor da causa está estimado em US$ 4,1 bilhões e os produtores estão otimistas. Se o Brasil vencer, será esse o valor das retaliações que o País poderá aplicar a produtos norte-americanos.

O Itaú irá deflagrar nos próximos dias uma campanha grandiosa para comemorar os 50 anos da bossa nova. Tudo começou quando **João Gilberto**, com seu banquinho e seu violão, decidiu gravar as canções de Tom Jobim.

O notebook mais rápido do mundo é brasileiro.

AMAZON GAMER

com Tecnologia de Processador Intel® Centrino®

intel Centrino inside™

Core™2 Duo inside™

4 GB DE RAM DDR2 667 MHZ

200GB HD 7200 RPM SATA2

TELA 17" Widescreen 1680 x 1050

TELEMÁQUINA

CONFIGURAÇÕES

- **PROCESSADOR** Intel® Core™ 2 Duo T9300 2.5 GHz cachê L2 6MB
- **SISTEMA OPERACIONAL** Windows Vista® Ultimate 64 Bits Original

SEGURANÇA EM UM TOQUE
Seu Amazon Gamer vem com leitor digital (Finger Print Reader),garantindo muito mais segurança no acesso ao computador. A tecnologia biométrica é a proteção perfeita para quem quer segurança total.

COMPARTILHE-SE EM TEMPO REAL
Um notebook tão completo que já vem com Webcam com 2.0 M e microfone embutidos. Mais qualidade de imagem e som com a conveniência da integração.

ACESSÓRIOS RADICAIS
Um kit turbinado que acompanha o melhor notebook da sua vida: o game Need For Speed Pro Street, um joystick irado e mais uma mochila descolada pra levar seu Amazon Gamer aonde você quiser.

VISUAL ESPETACULAR
O processador gráfico NVidia GeForce 8700M GT com 512 MB de memória GDDR3 top de linha garante um show de recursos visuais. Imagem, vídeo, fotos, gráficos e jogos.

SEU CINEMA PARTICULAR
Agora sim você poderá assitir a filmes no notebook curtindo efeitos de cinema. Com o 3D Surround Sound System do Amazon Gamer, a potência e a qualidade do áudio impressionam.

R$ 7.999,00 à vista

CONSULTE CONDIÇÕES DE PAGAMENTO NAS LOJAS

À VENDA NAS LOJAS:

mcgrow tecnologia

TELEVENDAS EMPRESAS (11) 2224-6909
BUTANTÃ - (11) 3817-3817 | TATUAPÉ - (11) 6190-9500
SANTANA - (11)2224-6900 | www.mcgrow.com.br

Saraiva .com.br
www.livrariasaraiva.com.br
Disponível nas lojas dos Shoppings Ibirapuera, Morumbi, Paulista e Center Norte.

AMAZON PC® COMPUTADORES
A evolução sem limites.
www.amazonpc.com.br

Celeron, Celeron Inside, Centrino, Centrino Inside, Logotipo Centrino, Core Inside, Intel, Logotipo Intel, Intel Core, Intel Inside, Logotipo Intel Inside, Intel Viiv, Intel vPro, Itanium, Itanium Inside, Pentium, Pentium Inside, Viiv Inside, vPro Inside, Xeon, e Xeon Inside são marcas registradas da Intel Corporation nos Estados Unidos e em outros países. Impostos Inclusos. Unidades sujeitas a disponibilidade e prazo de entrega conforme determinação da loja.Oferta válida enquanto durar o estoque.Preço anunciado não inclui o serviço de entrega.Garantia de 1 ano balcão contra defeitos de fabricação. Reservamo-nos o direito de corrigir possíveis erros gráficos. Valor anunciado a vista.

Por Denize Bacoccina

com Adriana Nicacio e Gustavo Gantois

INVESTIMENTOS

Conselho aos alemães

O presidente Lula deu um conselho aos empresários alemães, em entrevista ainda inédita à revista *Der Spiegel*: aproveitem as oportunidades que se abrem na América do Sul, a exemplo do que estão fazendo espanhóis e holandeses. A alemã **Angela Merkel** faz uma visita oficial a Brasília no dia 15, a caminho da cúpula dos países da América Latina e União Européia, em Lima, no dia seguinte. Também passam pela cidade os primeiros-ministros da Dinamarca, Áustria, Finlândia e, possivelmente, da Espanha.

INTRIGA POLICIAL

Mexeu com fogo

O líder do PMDB, **Henrique Alves**, não foi formalmente citado na operação da Polícia Federal que investiga fraudes do BNDES. Mas foi pessoalmente reclamar com o ministro da Justiça, Tarso Genro, porque a PF tinha filmado o lobista preso saindo de seu gabinete. Deixou o Ministério espalhando que Tarso achou exagerada a ação da PF.

EM ALTA

Guido Mantega

O ministro da Fazenda, Guido Mantega, comemorou o aumento da arrecadação, a elevação dos investimentos externos, do investimento público e ainda por cima a redução, pelo menos por enquanto, das despesas do governo, afastando o fantasma de que não seria possível cumprir o superávit primário prometido. O Brasil também foi um dos mais beneficiados com a mudança nas cotas do FMI. Para melhorar ainda mais o seu feriado, só faltava a notícia que veio na quarta-feira 30: a obtenção do grau de investimento pelo País.

NOTAS

O Ipea tem uma tese curiosa sobre a crescente onda de aumento de preços dos alimentos. Para alguns economistas do instituto, o Brasil é o grande responsável. Não por causa do etanol, mas pela precária infra-estrutura. Como não pode escoar a produção a contento, o mercado mundial padece pela falta de grãos.

O Plano Amazônia Sustentável, o PAS, será finalmente lançado nesta quinta-feira, depois de meses de articulação entre vários ministérios. O presidente Lula foi o árbitro dos diferentes pontos de vista e exigiu projetos que combinem a proteção ao meio ambiente, exigida por Marina Silva, com desenvolvimento econômico para a região.

ESPLANADA

De volta

Desenvolto e bastante animado, o deputado federal **Antônio Palocci** nem lembra o parlamentar que chegou à Câmara, amuado, no início de 2007. O motivo da felicidade é a possível volta à Esplanada. O PT pressiona para fazê-lo sucessor da ministra do Turismo, Marta Suplicy, que disputará a Prefeitura de São Paulo.

RESERVA INDÍGENA

Olho grande

O Supremo Tribunal Federal recebeu uma correspondência inusitada na semana passada. Endereçada ao presidente **Gilmar Mendes**, o documento era assinado pela cônsul da Venezuela no Brasil, Grisette Hidalgo. A representante de Chávez exortava a corte a aprovar a demarcação da reserva Raposa Serra do Sol.

TRIBUTOS

Legalizando o ilegal

O relator da reforma tributária na Câmara, **Sandro Mabel**, terá que convencer a oposição de que é legal a regra de cálculo do futuro IVA. A oposição quer suprimir o trecho "cálculo por dentro", que permite o efeito cascata. Se for aprovado, o texto permitirá que o ICMS e o ISS continuem na base de cálculo da Cofins.

EM BAIXA

Paulo Pereira da Silva

O foro privilegiado livrou o deputado Paulo Pereira da Silva, o Paulinho da Força Sindical, de ser incluído na operação Santa Tereza, na qual a Polícia Federal investiga empréstimos irregulares concedidos pelo BNDES. O deputado é citado nos relatórios da PF e chegou a ser monitorado pela polícia nos corredores da Câmara durante a investigação, mas não foi incluído para não atrasar as outras provas. Esta semana, Paulinho não apareceu em Brasília e não quis falar sobre o assunto.

A Braskem acaba de inaugurar sua nova fábrica em Paulínia, SP.

www.braskem.com.br

Braskem
Petroquímica Brasileira de Classe Mundial

Por Lana Pinheiro

ONLINE

Yahoo! investe no Brasil

O prazo venceu na semana passada, mas o board da Yahoo! não decidiu se aceita a oferta de US$ 44,6 bilhões feita pela Microsoft pela companhia. O impasse, no entanto, não impediu o anúncio de uma boa notícia para o Brasil. O Yahoo! investirá US$ 120 milhões em mídia online no País.

YAHOO!

AGÊNCIA

Novo braço da Y&R

O já disputado mercado publicitário brasileiro ganhará mais um concorrente de peso. É a Energy, nova empreitada de **Roberto Justus,** Paulo Guerchfeld e Vitor Knijnik. A agência, que integrará o grupo Newcomm, será lançada oficialmente na terça-feira 6 e já traz em sua carteira de clientes a Mabe, maior empresa latino-americana de linha branca.

BATE-PAPO

Sérgio Amado,

presidente do Grupo Ogilvy Brasil, acaba de chegar da China e falou com a Mídia

Mídia – O sr. acaba de voltar da China. Como avalia o mercado local?
Amado – *É um mercado emergente em processo de consolidação muito rápido.*

Como está a Ogilvy na China?
O Grupo Ogilvy ocupa a primeira posição no ranking das agências na China. Em 2008 o crescimento foi de 50% e permitiu que o país se consolidasse como o terceiro mais importante para o grupo. O Brasil cresceu 20% e ocupa o quinto lugar.

Os chineses entendem a importância da estratégia de comunicação para a marca?
Absolutamente. Entendem e consideram importante a geração de marcas fortes com presença mundial.

Há oportunidade de negócios conjuntos Brasil-China?
Sim, e a Ogilvy tem uma consultoria baseada em São Paulo e Hong Kong, para atender à demanda de ambos os lados. Fornecemos informações, consultoria e network. Esta unidade está ligada diretamente a minha mesa.

GLOBALIZAÇÃO

Da TV para as prateleiras, via Brasil

A nova série de animação Zorro, Geração Z só deve estrear em rede aberta em agosto, mas a movimentação nos bastidores é intensa. É que pela primeira vez uma empresa brasileira, a Gulliver, foi eleita como pólo de desenvolvimento mundial de toda a linha de brinquedos do personagem.

INTERNET

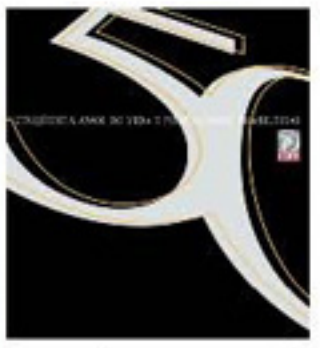
R$ 1 milhão na web

A Tecnisa ampliou de R$ 200 mil para R$ 1 milhão os investimentos em link patrocinados. Com a verba, a empresa consegue associar sua marca a mais de 20 mil palavras-chave no Google – da mais óbvia, como apartamentos, até curiosas, como gravidez. Hoje, 25% das vendas da empresa são feitas com o auxílio da web.

PARCERIA

Para fortalecer marcas

A R.EPENSE, de Octávio Dias, acaba de se associar ao Reputation Institute, líder global em gestão de reputação corporativa. A parceria permitirá à agência obter dados exclusivos sobre formação de marcas mundiais. As primeiras informações serão trazidos por Luna Gutierres, vice-presidente da casa, que embarca para a China no começo do mês.



TENDÊNCIA

Marketing em livro

Uma nova ferramenta de marketing ganha força nas grandes companhias. É o livro corporativo. "Ao contrário da internet, que é uma forma rápida de publicidade, o livro é difícil de ser jogado fora", explica Mauro Pereira-de-Mello, editor da JourneyCom, especializada no produto. A ESPM fez edição pelos seus 50 anos.

Por Rosenildo G. Ferreira

TECNOLOGIA

Rumo a Pequim

Os atletas de remo e iatismo da equipe paraolímpica brasileira ganharam um reforço na busca por medalhas. Graças à dobradinha entre o **Banco Nossa Caixa** e a **Escola Politécnica da USP** eles terão equipamentos de ponta para treinar e competir nos Jogos de Pequim (China). O destaque é o veleiro Poli 19 (foto), que custou R$ 20 mil, metade do valor cobrado por um equipamento similar à venda no mercado.

EDUCAÇÃO

Bunge na comunidade

Estudantes da rede pública de Rondonópolis (MT) e outras cinco cidades do País acabam de ser integrados ao projeto **Comunidade Educativa**, da Fundação Bunge. Nessas localidades, a empresa atuará com programas de valorização da leitura e outros instrumentos para melhorar a qualidade do ensino. Todas as ações são feitas com a participação de funcionários da Bunge (foto), que atuam como voluntários.

PESQUISA I

Pouca diversidade

Apesar de enxergar a diversidade como um diferencial competitivo, os empresários brasileiros, na prática, pouco fazem nesse sentido. Segundo o Ibope, **negros e mulheres** ocupam apenas 3,5% e 11,5%, respectivamente, dos cargos de chefia nas 500 maiores empresas do País. Percentuais quase idênticos aos verificados em 2005.

GANHOS VERDES
Quantidade de insumos enviados para reciclagem

5.650 quilos (kg) de plástico
60.525 kg de papel
312 kg de vidro
572 kg de metal

RESÍDUOS

Gestão inteligente

Parceria entre a agência de propaganda **Y&R** e o Instituto Brasil Ambiental mostra que atitudes simples podem ter impacto positivo no dia-a-dia das empresas e na sociedade. No período 2004-2007, o programa de reciclagem da Y&R garantiu a coleta de 70 toneladas de resíduos (ver tabela). A reciclagem de papel evitará o corte de 2,7 mil árvores. A meta para 2008 é reforçar as campanhas de uso racional de energia e água na agência.

GOLFE

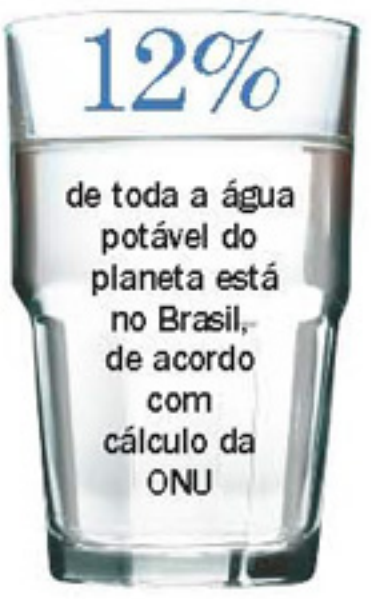
Tacadas da Oi

O projeto Golfe como Instrumento Social, da Oi Futuro, já começa a dar os primeiros resultados. Morador de **Japeri** (RJ), Anderson Nunes (foto), de 11 anos, acaba de assumir a liderança do ranking nacional juvenil de golfe. Nunes é um dos 80 jovens carentes que atuam no programa socioeducativo direcionado para estudantes da rede pública.

PESQUISA II

Pela natureza

Já foi o tempo em que os universitários sonhavam em trabalhar em empresas de grande porte. Pesquisa com alunos da Faculdade de Administração da USP indica que o quesito mais valorizado por eles é a postura ecológica da corporação. A **empresa verde** é a preferida por 98% dos entrevistados.



DESPERDÍCIO

Crise da água

O Brasil é um dos países onde mais se desperdiça água potável. Por aqui, o consumo per capita chega a 150 litros, 40 litros acima do recomendado pela ONU. Projeto-de-lei recém-aprovado em **São Paulo** pretende educar a população por meio de punição. Pela proposta, quem for pego lavando calçada, veículo ou regando jardim com mangueira será multado em R$ 1.488.

POR LEONARDO ATTUCH

"Ganhamos a licença para não morrer"

Aos 47 anos, o executivo Luiz Falco

irá comandar a empresa que concentrará quase metade do mercado nacional de telecomunicações e terá receitas superiores a R$ 42 bilhões. É a Oi, que poderá incorporar a Brasil Telecom, caso o governo mude a lei que regula o mercado nacional de telefonia. Falco, que se formou no ITA e foi um dos braços direitos do comandante Rolim na TAM antes de assumir o comando da Oi, diz que a operação é necessária e atende ao interesse nacional. "Sem ela, as duas empresas morreriam", disse ele à DINHEIRO. A Oi acredita tanto na alteração das regras que já decidiu pagar R$ 315 milhões aos atuais sócios da Brasil Telecom, em troca do fim dos litígios judiciais. Leia, a seguir, os principais trechos da sua entrevista.

DINHEIRO – Quais são os potenciais ganhos de sinergia e eficiência com a incorporação da Brasil Telecom pela Oi?

LUIZ FALCO – *Nosso negócio é intensivo em capital, e escala é fundamental. De maneira geral, toda empresa de telecomunicações que foi vencedora saiu de seu território e conquistou outras bases. Isso aconteceu com a Telefônica e com a Telmex, que saíram da Espanha e do México para buscar a América Latina. Isso vai acontecer conosco, os brasileiros. No caso da Oi, vamos entrar tanto no "Brasil São Paulo", por meio da telefonia celular, como na área da Brasil Telecom, com todos os serviços. Teremos uma expansão geográfica e, por acaso, essas áreas estão no País.*

DINHEIRO – Mas a idéia não é internacionalizar a Oi?

FALCO – *Sim, mas não vamos parar o movimento de expansão interna. Depois, sairemos para outros países.*

DINHEIRO – Considerando que praticamente todos os países já privatizaram, ainda existe espaço aí fora?

FALCO – *É possível entrar num mercado por meio de privatizações, mas também em outros momentos. Na nossa região entramos na telefonia fixa quando houve a privatização. Na telefonia móvel, construímos a infraestrutura, fomos o último entrante. Hoje, somos líderes de mercado.*

"A telefonia da NET, na verdade, é um serviço do mexicano, que se veste de cordeiro"

Carlos Slim, dono da Telmex, da Embratel e sócio da NET

DINHEIRO – Mas quais seriam as oportunidades externas?

FALCO – *Vejo duas linhas. A primeira é a da vizinhança, na América Latina, onde o Brasil está presente em várias atividades e pode estar também na telefonia. A segunda é a dos mercados de língua portuguesa, em especial na África. Se haverá uma empresa de telecomunicações de*

ZECA CALDEIRA/AG. ISTOÉ

língua portuguesa no mundo, idioma falado por 250 milhões de pessoas, é natural que a liderança seja dos brasileiros, que são 180 milhões. Isso é um plano de curto para médio prazo.

DINHEIRO – É possível esperar reduções de custo na empresa?
FALCO – *Sem dúvida. No Dia das Mães, vou fazer uma oferta de telefonia fixa e telefonia celular. A Brasil Telecom fará a mesma coisa. Se já estivéssemos juntos, haveria um só material de ponto-de-venda, uma só campanha publicitária e assim por diante. E sem falar na alavanca de melhores práticas. A Brasil Telecom tem 20 e coisas que faz melhor do que a Oi. Nós temos 20 coisas em que somos melhores do que ela. Agora, serão 40 coisas boas na nova empresa.*

DINHEIRO – A Oi teve a experiência de integrar 16 subsidiárias da antiga Telemar. De que maneira isso pode ajudar na incorporação da Brasil Telecom?
FALCO – *São variações sobre o mesmo tema. Num exercício acadêmico, considerando que não haverá impedimentos societários para uma integração, parece óbvio que teremos um só sistema SAP. Da mesma forma, apenas um centro de gerenciamento de rede.*

DINHEIRO – Já está definido que a marca Oi permanecerá por estar mais consolidada nacionalmente?
FALCO – *A gente costuma fazer tudo aqui dentro com muita ciência. Há dois anos, contratamos a Interbrand para saber se a nossa marca seria Oi ou Telemar. Para surpresa geral, inclusive minha, a marca Oi prevaleceu. Obviamente, faremos um estudo do nome Oi em relação ao da Brasil Telecom, mas eu diria, de antemão, que a chance de que a Oi prevaleça novamente é quase total. Mas isso será feito de forma técnica, sem paixão.*

DINHEIRO – Na questão dos empregos, de que maneira serão afetados pela união das empresas? Haverá cortes?
FALCO – *Por incrível que pareça, esse não é um problema. E o motivo é simples. As duas operadoras são complementares e 95% da mão-de-obra está na operação. Apenas 5% dos empregos estão na parte gerencial. Portanto, não há sobreposição. O sujeito que sobe num poste no Rio de Janeiro não é o mesmo que subirá em Goiânia.*

DINHEIRO – Mas e na parte gerencial?
FALCO – *Quando você exclui dessa questão 95% da mão-de-obra, o que era um problema vira um probleminha. E nós temos uma feliz coincidência. A operação ocorre num momento de franca expansão. A Oi está contratando 800 pessoas. Imagino que a Brasil Telecom também esteja contratando.*

DINHEIRO – Qual será a soma de empregos das duas companhias?
FALCO – *Nós temos 8,9 mil colaboradores, enquanto eles têm 16 mil pessoas, dos quais 10 mil são do call center. Então, são seis mil deles, que se somam aos nossos nove mil, o que dá uma empresa de 15 mil funcionários. Além disso, no acordo de acionistas dessa nova empresa, que logo será tornado público, há um compromisso de não reduzir os cargos de trabalho nos primeiros três anos. Portanto, a questão trabalhista não é um problema. Mas, se fosse, estaria resolvida pelo acordo de acionistas logo na largada.*

HONDA
The Power of Dreams

Consulte a disponibilidade de itens de acordo com a versão. Alguns itens são revestidos de couro natural e/ou ecológico. Fotos ilustrativas.

Chegou a nova linha Honda Accord. Em duas versões: LX, com motor i-VTEC 2.0l de 156 cv e EX V6, com motor 3.5l com incríveis 278 cv e a exclusiva tecnologia VCM2 que, inteligentemente, controla a injeção de combustível, fazendo com que o motor trabalhe com 6, 4 ou 3 cilindros, entregando máxima performance

REDUZA A VELOCIDADE EM ÁREAS ESCOLARES.
ASSIM OS MENINOS VÃO ENTENDER POR QUE VALE A PENA
ESTUDAR PARA SER ALGUÉM NA VIDA.

e economia. Transmissão automática com Shift Hold Control, ar-condicionado digital Dual Zone, faróis de xenon, freios ABS com EBD, controle de estabilidade VSA, 6 airbags, sistema de áudio premium, teto solar elétrico, bancos de couro, sensor de chuva e muito mais. Novo Honda Accord. Você nunca voou tão alto.

HONDA

DINHEIRO – O sr. já rejeitou a idéia de que a nova Oi dê contrapartidas, que seriam um "piano para carregar". Mas isso não é uma contrapartida?
FALCO – *Não. É uma demonstração de que estamos aqui para comprar e para crescer. Meu ponto em relação às contrapartidas é outro. Essa operação é muito boa em si. É boa para o consumidor, porque aumenta a competição. É boa para o investidor, que poderá colocar o dinheiro numa empresa sem conflitos e sem amarras. Ora, se a operação é boa, por que contrapartidas?*

DINHEIRO – Sim, mas houve o apoio do governo e do BNDES e há quem fale em *golden share*. Não seria essa uma eventual contrapartida?
FALCO – *Não. O acordo de acionistas será tornado público e as pessoas verão que não tem* golden share. *O que tem é direito de preferência. Se uma parte quer vender, a outra tem prioridade na compra. O Brasil está ganhando uma superoperadora. Poderíamos ser um Equador ou um Peru, com apenas duas plataformas operando aqui: uma mexicana e uma espanhola. Nós decidimos que não seremos assim.*

DINHEIRO – É possível demonstrar que haverá aumento de competição quando se elimina um concorrente?
FALCO – *É, e é muito fácil. O que algumas pessoas estão dizendo reflete apenas o desconhecimento de quem não parou para estudar. Vamos dividir os mercados. Na telefonia móvel, temos duas empresas de regiões diferentes que serão juntadas e que são dois competidores regionais. Elas lutam contra três competidores nacionais, que são Vivo, TIM e Claro. Agora, haverá quatro competidores nacionais.*

DINHEIRO – Mas a Oi e a Brasil Telecom não poderiam ser, isoladamente, competidores nacionais?
FALCO – *Isso não era possível por uma questão de escala. Neste momento, conseguimos apenas a licença para não morrer. Se continuássemos separados, morreríamos. Mas o fato é que o mercado sai ganhando. Imagine uma empresa como a GM, que tem concessionárias nacionais. Antes, ela só tinha uma alternativa, que era a Embratel. Agora, tem também a Oi. Em nenhum segmento de mercado há prejuízos à concorrência.*

DINHEIRO – E como será a chegada da Oi a São Paulo?
FALCO – *Vamos chegar no segundo semestre, com as mesmas inovações. Na nossa área, operamos contra três gigantes internacionais, que na verdade são dois, porque a TIM já foi comprada pela Telefônica, e somos líderes de mercado, com quase 30% de participação de mercado. A expectativa para São Paulo é muito positiva.*

"A operação ainda depende de um decreto do presidente, o que pode vir em 90 dias"

Luiz Inácio Lula da Silva, presidente da República

DINHEIRO – E o que se pode esperar da competição da telefonia com empresas de TV a cabo, como a NET?
FALCO – *A NET, na verdade, é o mexicano [Carlos Slim, dono da Telmex] vestido de cordeiro. O que a NET tem é uma assimetria a favor. Hoje, a TV a cabo pode fazer telefonia, mas a telefonia não faz TV.*

DINHEIRO – Nessa operação de compra da Brasil Telecom, a Oi assume dois compromissos: o de pagar aos sócios da BrT pelo fim dos litígios e também o de indenizar a empresa em caso de fracasso do negócio. O risco não é exagerado?
FALCO – *São duas coisas distintas. Para a Brasil Telecom, há um break-up fee de R$ 500 milhões, que é uma indenização a ser paga, caso o negócio não saia. Isso é justo, porque a operação só sai se a Anatel mudar a lei.*

DINHEIRO – E qual é o risco?
FALCO – *Se depender de mim, vou trabalhar para que não aconteça.*

DINHEIRO – Mas a mudança não depende de um decreto do presidente Lula?
FALCO – *Esse decreto é necessário. Imaginamos que isso vá ocorrer dentro de 90 dias.*

DINHEIRO – O caso Gamecorp, empresa do filho do presidente que foi apoiada pela Oi, não pode ser explorado?
FALCO – *Penso que não. A operação é boa em si. Se ela sair, o Brasil ganha. Se não sair, o Brasil perde.*

DINHEIRO – Mas e a Gamecorp?
FALCO – *Isso é tão pequeno diante do que a operação traz de bom! Até acho que os nossos concorrentes vão trabalhar para que a operação não aconteça. Mas a historinha deles está ruim de contar.*

DINHEIRO – E a questão dos litígios? Tanto a Brasil Telecom quanto o Opportunity estão sendo indenizados para renunciar a futuras ações. Isso é correto?
FALCO – *Nós queremos que a nova empresa nasça sem problema societário. Esse tipo de questão gera muita página de jornal e tira valor dessas empresas. Hoje, as companhias brasileiras de telefonia têm um desconto. Elas são negociadas a três vezes o ebitda, que mede a geração de caixa, quando a companhia do Carlos Slim é negociada a cinco vezes o ebitda. E é o mesmo negócio. Sem as brigas societárias, as duas empresas podem valer mais.*

DINHEIRO – Então as indenizações que estão sendo pagas são legítimas?
FALCO – *Isso foi uma condição do comprador. Exigimos que todos os litígios passados, presentes e futuros fossem cessados. E o preço disso foi R$ 315 milhões, valor que já está sendo pago.*

A LG-Nortel tem as melhores soluções em voz e dados para a sua empresa.

Telefone Digital ou IP
12 ou 30 teclas

Roteadores Wireless Multifuncionais
128 e 300 Mbps

Switches
8 ou 24 portas

PABX Híbrido

Capacidade de expansão de ramais, redução de custos das chamadas, sala de reunião virtual, solução para Call Center, controle da conta telefônica.

Adaptador PCI Wireless

Interface USB

A LG, líder mundial em eletrônica de consumo, e a Nortel, líder mundial em infra-estrutura de comunicação, se uniram. O resultado você já pode imaginar: as melhores soluções em voz e dados para a sua empresa. Entre em contato com um de nossos distribuidores e encontre o revendedor mais próximo de você.

Soluções que facilitam a sua vida.

Anixter	Handytech	Olifone	Pauta Distribuidora	Westcon
(11) 3868 6600	(71) 2107 7700	(11) 3328 3966	(48) 3281 7500	(21) 3535 9300
online@anixter.com	comercial@handytech.com.br	olifone@olifone.com.br	vendas@pauta.com.br	vendas@westcon.com.br

www.lgnortel.com.br

LG-NORTEL
Uma nova geração de negócios.

SUN/MRM

Editora Três

EDITOR E DIRETOR RESPONSÁVEL
DOMINGO ALZUGARAY
EDITORA
Cátia Alzugaray
PRESIDENTE EXECUTIVO
Carlos Alzugaray

Dinheiro

DIRETOR EDITORIAL
Carlos José Marques
DIRETOR EDITORIAL-ADJUNTO
Luciano Suassuna
DIRETOR DE NÚCLEO
Luiz Fernando Sá

EDITOR EXECUTIVO: Joaquim Castanheira.
EDITORES: Amauri Segalla, Carlos Sambrana, Leonardo Attuch e Milton Gamez. **REPORTAGEM:** Adriana Mattos, Ana Clara Costa,João Carlos Godoy, Lana Pinheiro, Márcia Vaisman, Márcio Kroehn, Ricardo Osman, Roberta Namour e Rosenildo Gomes Ferreira.

AGÊNCIA ISTOÉ: *Editor Executivo:* Cesar Itiberê. *Editor:* Edu Lopes. *Editor-adjunto:* Juca Rodrigues. *Editor-assistente:* Max G. Pinto. *Repórteres-fotográficos:* Alexandre Sant'anna e Roberto Castro. *Produção:* José Carlos Vieira, Luis Tersariolli, Maria Celia Pereira de Almeida e Thatiana Debiagi. *Pesquisa:* Eduardo A. Conceição Cruz. *Digitalização:* Fortunato Siciliano.

DIAGRAMAÇÃO E ARTE
DIRETOR DE ARTE: Paulo Roberto Aloe.
Chefe de Arte: Alexandre Fedrizzi. *Diagramadores:* Edyges Neres, José Américo de Lima. *Assistente de arte:* Rodrigo Cabral.
Ilustradores: Evandro Rodrigues *(Chefe)* e Anderson Cattai

SUCURSAIS E CORRESPONDENTES
BRASÍLIA: *Diretor:* Octávio Costa. *Editora:* Denise Bacoccina. *Repórteres:* Adriana Nicacio e Gustavo Gantois. *Secretária:* Suely Melo.

APOIO ADMINISTRATIVO
Gerente: Maria Amelia Scarcello. *Secretária:* Walkiria Pavan.

SERVIÇOS GRÁFICOS: *Diretor Industrial:* Fernando Rodrigues. *Coordenadora Gráfica:* Josefa Alves Teixeira.

OPERAÇÕES
Diretor: Gregório França.
Gerente: Thomy Perroni
Coordenador Geral: Jorge Burgatti

CIRCULAÇÃO
Assistentes: Fernando Crocicchia, Leandro Boni e Cleiton Gonçalves
Operações Cajamar: Antenisio Furtado

LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO DE ASSINATURAS
Coordenadores Rogfonsis: Eva Farias e Regina Maria. *Estagiários:* Germano Miguel e Gabriel Kimura

MARKETING
Gerente Geral: Patrícia Augusto Conília – *Coordenadora de Marketing Publidinheiro:* Priscilla Zaiice – *Analista de Marketing:* Ana Paula Santos – *Assistentes:* Julien Yiapiana e Luciana Médici

ASSINATURAS
Diretor: Edgardo A. Zabala.
Gerente Geral de Vendas Pessoais: Wanderlei Quirino. *Gerente Nacional de Promoções e Eventos:* Jason A. Neto. *Coordenadora de Relacionamento/Administrativo:* Rosana Paal. *Gerente Geral de TMKT e Atendimento:* Anderson Lima. *Gerente Geral de Negócios e Relacionamento:* Flavio Cordeiro. *Projetos Especiais:* Patricia Santana. *Criação Assinaturas: Diretor de arte:* Cecil Rowlands Neto. *Redator:* Marco Aurélio Cleris. *Central de Atendimento ao Assinante:* (11) 3618-4566. De 2ª a 6ª feira das 08h00 às 18h00. *Outras Capitais:* 4002-7334 – *Demais Localidades:* 0800-7750098.

PUBLICIDADE
Diretor: José Bello Souza Francisco
Diretora de Publicidade: Ana Diniz. *Secretária Diretoria Publicidade:* Regina Oliveira. *Gerentes Executivos de Publicidade:* Batista Fobini Neto, Phelipe Pedroso e João Fernandes – *Assistente de Publicidade:* Kize Souza. *Gerente de Coordenação:* Alda Maria Reis. *Coordenadora:* Rosemeiri Martins Dias. *Coordenador Jr.:* Gilberto di Santo Filho. **BRASÍLIA/DF:** *Gerente:* Marcelo Strufaldi. Fone: (61) 3321-1212/fax: (61) 3225-4062– **BELO HORIZONTE/MG:** Célia Maria de Oliveira – 1ª Página Publicidade Ltda. – Fone/Fax: (31) 3291-6751. – **PORTO ALEGRE/RS:** Roberto Gianoni – RR Gianoni Comércio & Representações Ltda. – Fone/Fax: (51) 3388-7712. – **CURITIBA/PR:** Maria Marta Craco – M2C Representações Publicitárias. – Fone/Fax: (41) 2230060 – **RIO DE JANEIRO:** *Diretor de publicidade:* Expedito Grossi. – *Gerentes Executivos:* Adriana Bouchardet, Arminda Barone e Silvia Maria Costa *Coordenadora de Publicidade:* Dilse Dumar – *Assistente de Publicidade:* Edilson Trajano. Fones: (21) 2107-6957 Fax(21)2107-6969. – **SALVADOR/BA:** Ipojuca Cabral – Verbo Comunicação Empresarial & Marketing Ltda. – Fone/Fax: (71) 351-4561/Fax: (71)358-0478 – **RECIFE/PE:** Abérides Nicéas – Nova Representações Ltda. – Fone/Fax: (81) 3227-3433. /*CONTATO:* publicidade@editora3.com.br

DINHEIRO (ISSN 1414-7645) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda. *Redação e Administração:* Rua William Speers, nº 1.088, São Paulo, SP CEP: 05067-900. Fone: (11) 3618-4200 – Fax da redação: (11)3618-4109. Sucursais: Rio de Janeiro: Av. Almirante Barroso nº 63, sala 1510, fones: (21) 240-5224/533-1444 e Fax (21)2402925, Brasília: SCS, Quadra 2, Bl. D, Ed. Oscar Niemeyer, sala 201 a 208, Fone: (61) 321-1212 e Fax (61) 225-4062. **DINHEIRO** não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados. **Comercialização:** Três Comércio de Publicações Ltda. Rua William Speers, nº 1.212 – São Paulo – SP – e – Distribuição exclusiva em Bancas para todo o Brasil. **Fernando Chinaglia Distribuidora S. A.** Rua Teodoro da Silva, 907 – Rio de Janeiro – RJ – Tel: (21) 2195-3200, Fax (21) 21953307.

IMPRESSÃO: Editora Três Ltda.
Rodovia Anhanguera,
km 32,5 CEP 07750-000
Cajamar – SP

ANER
www.aner.org.br

IVC

Cartas

ESSO MOVIDA A ÁLCOOL

Enquanto o mundo discute a viabilidade dos biocombustíveis, o Brasil dá mais uma prova de que esta é a solução para um problema crucial da humanidade. O avanço da Cosan sobre a Esso revela que quem tem a opção entre etanol e gasolina acaba preferindo o primeiro – antes, em função do custo; hoje, também por causa do apelo ecológico. Temos de ensinar isso aos outros países, e grandes empresas, como a Cosan, é que devem abraçar essa missão.

WAGNER PENTEADO
Londrina – PR

Quando os grandes grupos de petróleo começam a abandonar um negócio é porque sua rentabilidade deve estar muito ruim. Não deve ser fácil para eles enfrentar a informalidade do setor de distribuição de combustíveis no Brasil. Ainda mais quando o preço internacional do petróleo garante lucros fartos em outras pontas do negócio, como a extração e o refino. A Cosan comprou um limão. Vai ter de fazer dele uma limonada – ou, com álcool, uma caipirinha.

ROBERTO ASSIS
Porto Alegre – RS

O PREÇO DA LIDERANÇA

Não há grandeza nas relações internacionais. Se ceder aos paraguaios, o Brasil estará dando uma demonstração de fraqueza, como já aconteceu antes em relação à Bolívia. Como um líder que se preza, o País tem que comandar o continente, impor sua vontade e exigir respeito antes de negociar.

LUIZ CARLOS ASSUNÇÃO
Manaus – AM

DELFIM EM FORMA

Parabéns ao ex-ministro Delfim Netto pela lucidez aos 80 anos. Nunca lhe foi contestada a inteligência – embora nem sempre ela tenha sido aplicada em benefício do Brasil. Com mais sabedoria e menos ímpeto, Delfim parece ter melhorado com a idade. Sem dúvida, é também melhor como consultor do que com o poder da caneta nas mãos.

OTÁVIO C. DO AMARAL
Rio de Janeiro – RJ

MILITANTES DO CAPITALISMO

A guinada de ex-esquerdistas em direção ao capitalismo, felizmente, não é privilégio dos bons empresários retratados na reportagem. Temos exemplos de sobra dentro do próprio governo. A diferença é que os neocapitalistas estatais não empreendem nada, apenas se servem na mesa farta do poder público. Afinal, sua antiga ideologia não enche barriga.

CARLOS ANDRÉ DE SOUZA
Salvador – BA

Foi interessante ver antigos militantes hoje no papel de empresários, levantando novas bandeiras. É este o papel que esperamos da classe empresarial. Cabe a ela, com o poder do prestígio e do dinheiro, tomar a defesa de questões fundamentais para o desenvolvimento do País, principalmente a educação. É uma batalha tão difícil como as que eles travaram em 1968. Talvez hoje eles tenham mais armas para vencê-la.

Negócios

MILI TAN TES do capitalismo

QUEM SÃO OS REBELDES DE MAIO DE 1968 QUE SE TORNARAM EMPRESÁRIOS DE SUCESSO NO GLOBALIZADO SÉCULO 21

MARIA CLÁUDIA BARRETO
Palmas – TO

Na nota *"O negócio ideal da Duratex" (coluna Dinheiro em Ação), o cargo correto de Raul Penteado é o de diretor-geral da Deca.*

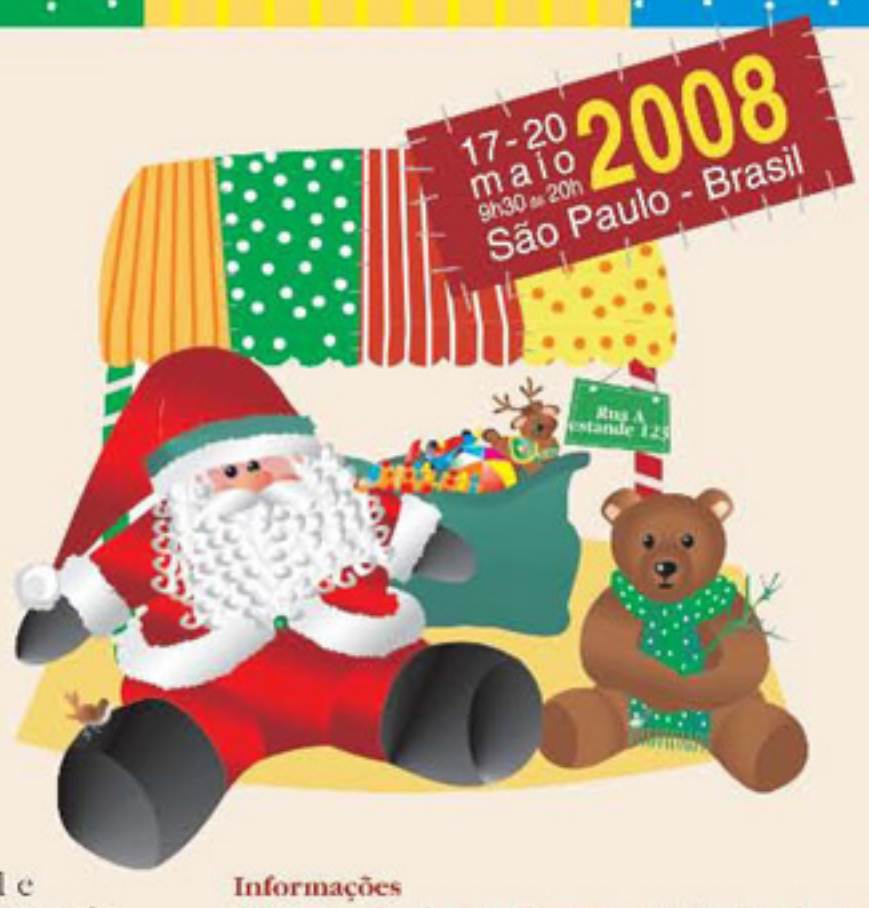
CORREÇÃO

• No ranking dos melhores fundos de renda fixa DI (Especial Fundos de Investimento – ed. 552), a taxa de administração correta para o fundo Safra Market FIC Ref. DI, do Banco Safra, é de 0,6%.

Cartas para esta seção, com endereço, RG e telefone, devem ser remetidas para: Diretor de Redação, DINHEIRO, Rua William Speers, 1.088, Lapa, São Paulo, CEP 05067-900. Fax: (011) 3618-4109. Internet: www.istoedinheiro.com.br As cartas poderão ser editadas em razão de seu tamanho ou incompreensão.

13ª Toys Parties & Christmas Fair south america

17-20 maio 2008 9h30 às 20h São Paulo - Brasil



NÃO DEIXE SEU CONCORRENTE OCUPAR SEU ESPAÇO

Toys, Parties & Christmas Fair

De **17 a 20 de maio de 2008** o mercado estará reunido na maior feira profissional e multissetorial de artigos para Natal, brinquedos, festas sazonais, artesanato e acessórios da América do Sul. **Toys, Parties & Christmas Fair** é o momento certo para você conhecer as tendências e novidades do setor. São aproximadamente 150 fabricantes, importadores e distribuidores trazendo novidades que vão encantar seus clientes.
Você não pode perder essa oportunidade única de realizar excelentes negócios.

Visite a Toys, Parties & Christmas Fair.

A sua venda é a sua compra!

Informações
SAVE! - Serviço de Atendimento ao Visitante e Expositor
Tel (11) 2105.7000
Fax (11) 2105.7001
save@grafitefeiras.com.br
Visite nosso site:
www.grafitefeiras.com.br

NO DIA 20/05 O CREDENCIAMENTO SERÁ ENCERRADO ÀS 16H

Realização e promoção: grafite feiras e promoções
Apoio: Christmas news
Ação Social: AACC Associação de Apoio à Criança com Câncer
Pavilhão: Transamérica Expo Center

Este material poderá ser alterado pela promotora sem aviso prévio. O visitante isenta a Grafite Feiras e Promoções por quaisquer vícios ou falhas decorrentes dos expositores e demais prestadores de serviços.

A química impulsiona o crescimento. A LANXESS impulsiona a química.

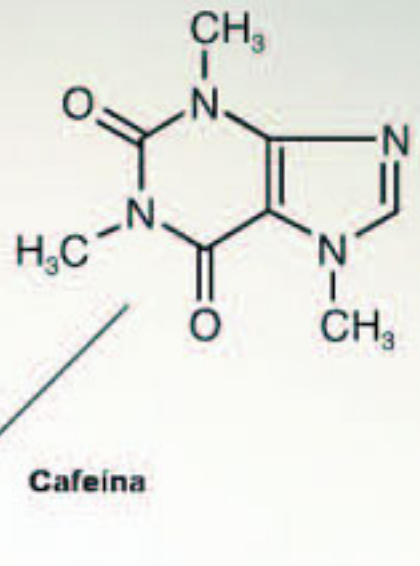
O crescimento sustentável é o resultado do investimento constante da LANXESS em relações equilibradas com cli

adátzikos

São Francisco - Califórnia

entes e parceiros: www.lanxess.com.br

LANXESS
Energizing Chemistry



Cafeína

GRAU DE INVESTIMENTO
O BRASIL TEM A FORÇA

O Brasil chega ao paraíso

A maior agência de risco do mundo classifica o País como porto seguro para investidores e deflagra nova onda de euforia em torno da economia nacional

DENIZE BACOCCINA, ADRIANA NICACIO E GUSTAVO GANTOIS

HENRIQUE MEIRELLES foi o primeiro a saber. Seu telefone tocou às 15h30 da quarta-feira 30. O presidente do Banco Central estava em São Paulo e já se preparava para passar um feriado tranqüilo no Rio de Janeiro. Do outro lado da linha, de Nova York, era Lisa Schineller, diretora da agência de classificação de risco Standard & Poor's (S&P), com uma boa notícia: o Brasil acabara de alcançar o almejado grau de investimento. Com ele, o País passa a ser considerado um porto seguro para os investidores e o efeito foi imediato – a Bovespa subiu 6,3% na véspera do 1º de Maio. Logo que desligou o telefone, Meirelles discou para o presidente Lula, que estava em Maceió. Lula ficou extasiado. "O Brasil foi de-

LULA, NAS NUVENS: *presidente recebeu a notícia em Maceió e disse que tem sorte*

ROBERTO CASTRO/AG. ISTOÉ

GRAU DE INVESTIMENTO

UM PRÊMIO AO BRASIL

clarado um País sério, que tem políticas sérias, que cuida das suas finanças com seriedade e que por isso passou a ser merecedor de uma confiança internacional que há muito necessitava", discursou Lula.

Depois de cinco anos de uma política econômica consistente, com crescimento em torno de 5%, reservas de US$ 195 bilhões, saldo comercial de US$ 25 bilhões e superávit primário acima dos 4%, o Brasil foi premiado. E isso teve um sabor especial porque ocorreu num momento de crise internacional. "Isso mostra que o Brasil está resistente a choques externos", disse Meirelles. **Mas quando a notícia chegou, pegou os gabinetes do Planalto num clima de feriado. Assessores souberam da novidade por uma agência de notícias.** O telefonema de Lisa foi dado poucos minutos antes de a Bloomberg divulgar sua nota oficial. "É nossa política informar as autoridades sobre a mudança do *rating* soberano, de forma confidencial, pouco antes de divulgarmos ao público", disse ela à DINHEIRO.

A rapidez tirou do governo a oportunidade de faturar com a boa notícia. O Banco Central e Ministério da Fazenda prepararam às pressas entrevistas de seus titulares. **Meirelles falou com a imprensa em Brasília em uma videoconferência, pouco mais de meia hora após receber a notícia.** E assegurou que vai manter a política atual. "A própria agência coloca a continuidade da política econômica e o regime de metas de inflação e de câmbio flutuante como fundamentais para a classificação", disse o presidente do BC, com um visível ar de felicidade. O ministro Guido Mantega, que se preparava para viajar para São Paulo, foi avisado logo depois, pelo secretário do Tesouro, Arno Augustín. Em poucos minutos, a equipe econômica afinou o discurso, o que obrigou Mantega a elogiar publicamente a política monetária de Meirelles, recheada de juros altos, e elogiada pelo mercado internacional. "Tão importante quanto a solidez dos fundamentos econômicos é a inflação sob controle", disse Mantega.

BOLSA DE SÃO PAULO: *alta de 6,3% no dia em que a S&P elevou a classificação do País*

Em sua última viagem a Nova York, Mantega já havia se encontrado com Lisa, da S&P, e Shelly Shetty, diretora da Fitch, outra agência de risco. O ministro apresentou a melhoria do gasto fiscal e todos os quesitos econômicos capazes de convencer os analistas de que o Brasil merecia ser *investment grade*. "Vim para colocar o PIB na mesa", disse, na ocasião. E a estratégia de Mantega surtiu efeito – especialmente no mercado financeiro. A Bolsa de Valores de São Paulo atingiu a marca de 67,8 mil pontos no dia do anúncio. O movimento recorde foi

"FICAMOS MAIS ATRAENTES"

Na véspera do feriado de 1º de Maio, o ministro Guido Mantega comemorou a decisão da Standard & Poor's e previu conseqüências positivas para a economia, mas não alterou a previsão de crescimento, ainda em 5%.

O que essa nota representa?
Que estão todos de parabéns. O povo brasileiro e os governos. Nos tornamos um país mais respeitável, mais sério e mais atraente para investimentos.

O que muda a partir de agora?
Vamos atrair mais investimentos, o risco Brasil vai diminuir e um dos efeitos do grau de investimento é a redução da taxa de juros, do custo financeiro, da taxa de captação para o Brasil.

O real pode se valorizar mais?
O câmbio é flutuante, portanto, é natural a valorização da moeda. Isso ocorreu com todos os países que viraram grau de investimento, as importações estão subindo e temos déficit nas transações correntes. Mas temos o IOF para desencorajar o capital especulativo de curto prazo e o governo trabalha num programa forte de estímulo para as exportações, que é a política industrial que será lançada no dia 12. Além disso, a inflação está sob controle e temos reservas suficientes para garantir os movimentos de capitais.

O crescimento pode ser revisto?
Vamos manter os 5%, que vínhamos prevendo. É melhor ser moderado do que ser surpreendido. Mas o grau de investimento abre perspectivas novas para o País.

de R$ 9,7 bilhões, ante R$ 5 bilhões em média. O dólar cedeu 2,52%, fechando a R$ 1,66, e o risco-país atingiu 217 pontos. **Espera-se agora uma nova apreciação do real, o que teria um efeito benéfico sobre a inflação.** Junto com a dívida soberana, a agência também elevou o *rating* de dez empresas brasileiras. Outras duas agências de classificação de risco, Moody´s e Fitch, estão revisando os números do Brasil e podem anunciar a mudança em breve. Na semana passada, uma equipe da Fitch esteve no País. O aval da agência à capacidade de pagamento do Brasil deve trazer ainda mais investimentos ao País, que já recebeu US$ 8,8 bilhões no primeiro trimestre.

O ministro Mantega também aproveitou a euforia em torno da conquista do *investment grade* para anunciar o aumento dos combustíveis – e de quebra minimizar a repercussão na imprensa no dia seguinte. O aumento de 10% na gasolina para as refinarias foi compensado pela redução da Cide, com impacto zero para o consumidor.

Nada parecia deter o otimismo. **E os empresários brasileiros também estão animados com as perspectivas de mais investimentos, especialmente em infra-estrutura, um setor que precisa de mais segurança do que os investidores do mercado financeiro.** A Fiesp e a CNI acreditam que o grau de investimento sinaliza baixa de juros. Além disso, outras grandes empresas brasileiras podem entrar na classificação de *investment grade* das agências, melhorando seu acesso a capitais internacionais. O presidente do BNDES, Luciano Coutinho, acredita que as companhias terão chance de encontrar capital mais barato. "Com a concessão do grau de investimento, há uma tendência de acentuação dos fundamentos da economia, permitindo as empresas e bancos brasileiros acessar o mercado internacional com custos cada vez mais competitivos", afirmou.

O economista-chefe do Morgan Stanley, Marcelo Carvalho, considerou a notícia "uma grande conquista, um marco na história econômica do Brasil". Entretanto, apesar do bom momento da economia, o aval da Standard & Poor's vem num momento de fragilidade justamente nas contas externas. O temor é que, ao se tornar ainda mais atraente ao capital externo, o Brasil receba justamente uma enxurrada de moeda estrangeira, o que apreciaria ainda mais o real. O déficit de transações correntes ficou em US$ 10,7 bilhões apenas no primeiro trimestre, com o aumento das remessas de lucros das empresas estrangeiras num volume 118% superior ao mesmo período do ano passado. A balança comercial, que em março do ano passado teve superávit de US$ 3,3 bilhões, teve o número reduzido para um terço deste valor em março deste ano. A mudança no *rating* exatamente neste momento pode aliviar um pouco as inquietações que já começavam a ganhar corpo. Mas nada garante que o risco de deterioração das contas externas tenha sido totalmente afastado. Muitos acreditam que a apreciação cambial será limitada, mas esta linha ainda precisa ser testada. Lula, por sua vez, parece estar nas nuvens. "Quis Deus que fosse exatamente no momento em que um presidente de sorte assumisse a Presidência da República", declarou. Pode-se dizer que, finalmente, o presidente-operário chegou ao paraíso.

O QUE MUDOU NO BRASIL

Vários indicadores econômicos melhoram da água para o vinho nos últimos anos

"SOMOS PREVISÍVEIS"

O presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, foi o primeiro a receber a notícia do grau de investimento, na tarde da quarta-feira 30. Em seguida, ele comentou a nova classificação do Brasil e destacou a previsibilidade da economia nacional, fruto da estabilidade.

Como o sr. avalia o novo *rating*?
Isso é muito significativo para o Brasil, porque o investment grade é concedido num momento de incerteza e instabilidade na economia internacional. Isto mostra o aumento da resistência da economia brasileira aos choques externos.

O que foi determinante?
Um dos dados importantes foi a previsibilidade da economia brasileira.

A classificação veio tarde?
Boa notícia tem sempre que ser comemorada e, por definição, se a notícia é boa, ela veio na hora certa. O fato concreto é que o Brasil tem o reconhecimento, que é mais um, mas é muito importante.

O possível aumento do fluxo externo de recursos preocupa?
Certamente aumenta o fluxo de investimentos ao longo do tempo, que terá conseqüências importantes para a capacidade do Brasil de gerar crescimento de maneira ainda mais elevada. O investimento nos títulos financeiros é uma questão a ser vista. Vamos aguardar, mas eu não me precipitaria em chegar a grandes conclusões, neste momento, sobre o fluxo financeiro. O importante é que isso irá aumentar o fluxo de investimentos diretos na produção.

GRAU DE INVESTIMENTO

DÓLARES À VISTA

Nova classificação atrai fundos estrangeiros com mais de US$ 10 trilhões

ANA CLARA COSTA E MÁRCIO KROEHN

UMA PLATÉIA DE GESTORES e investidores internacionais, reunidos no Hotel Unique (SP) na terça-feira 29, ouviu Mauro Bergstein, diretor-executivo do Credit Suisse, exaltar as melhorias macroeconômicas brasileiras nos últimos 15 anos. E a sentença: "O investment grade acontecerá ainda este ano e um novo fluxo de investimentos virá para o País". Poucos podiam imaginar que, no dia seguinte, ocorreria a elevação do Brasil para grau de investimento pela agência de classificação de risco Standard & Poor's. Ao subir um degrau na escala da S&P, o mercado de capitais brasileiro sai do nível especulativo e entra no radar dos grandes fundos institucionais estrangeiros.

Os maiores interessados na rápida elevação da nota soberana do Brasil eram os fundos mútuos e de pensão, principalmente os americanos. Anteriormente, muitos tinham uma restrição de aplicar até 12% do patrimônio nos chamados alternative investments, como o Brasil pré-grau de investimento. Alguns se aventuraram e já desembarcaram, provocando uma primeira onda, com entrada em IPOs

As velhinhas da Califórnia vêm aí

e aquisição de cotas de outros fundos. Como são responsáveis por um bolo de US$ 10 trilhões, é provável que uma segunda onda possa começar. "Os fundos vão acessar todas as categorias de investimento e vão gerar uma mudança significativa na alocação de recursos", diz Amaury Júnior, sócio da Vision Brazil Investments.

A primeira onda já atraiu algumas "velhinhas" americanas milionárias ao País. O California Public Employees (Calpers), maior fundo de pensão dos Estados Unidos, possui mais de US$ 1 bilhão em investimentos por aqui. São US$ 885 milhões em ações de empresas como Cyrella, Grendene e Eletrobrás e US$ 90 milhões em investimentos imobiliários. É pouco se comparado ao patrimônio do fundo, calculado em US$ 244 bilhões. No Calpers, não é o grau de investimento que tornará o Brasil mais vistoso. "Nossa política nos permite investir no Brasil desde junho de 2005", afirmou à DINHEIRO Clark McKinley, diretor de governança corporativa do Calpers. **"Vemos oportunidades e, se você é esperto, vê que o Brasil é uma excelente oportunidade", diz.**

AP PHOTO/RICH PEDRONCELLI

ASSEMBLÉIA DO CALPERS: *maior fundo dos EUA já tem quase US$ 1 bilhão investido no Brasil*

Já o California State Teachers (Calstrs), o terceiro maior fundo norte-americano, tem muito o que enviar. Até hoje, só investiu US$ 30 milhões em títulos federais. Seu patrimônio total soma US$ 164 bilhões. A aplicação de novos recursos será criteriosa. "O aumento da classificação de um país sempre representa algo positivo, mas isso não impacta necessariamente no nosso apetite por investimentos em seus papéis", explica Ricardo Duran, porta-voz do Calstrs. A decisão será dos gestores. O primeiro movimento será uma troca de investidores. Muitos apostaram lá atrás no grau de investimento e se preparam para realizar lucros. "Não espero um grande movimento. Mudará o perfil do investidor", afirma Pedro Guerra, diretor do Citibank. Os fundos de pensão, por exemplo, vislumbram o longo prazo. "Haverá uma entrada na renda fixa com prazos mais longos", diz Marcelo Kfoury, economista-chefe do Citibank.

"A NOTA REFLETE MATURIDADE"

A analista Lisa Schineller acompanha o Brasil para a Standard & Poor's há cerca de 10 anos. Pois foi a evolução do País em todo esse período que ela levou em conta ao recomendar a elevação do Brasil para grau de investimento na escala de riscos da S&P. "Foi o resultado de um trabalho que começou no governo Fernando Henrique e continuou", afirmou à DINHEIRO.

Houve algum gatilho para a decisão?
Não houve um motivo específico. A elevação reflete a combinação de políticas e do desempenho dos indicadores desde maio do ano passado, quando fizemos a elevação anterior e mantivemos a perspectiva positiva. Mesmo sem a CPMF, o governo confirmou seu compromisso com a meta fiscal, como tem feito há quase dez anos. Isso, num contexto do desempenho de baixo nível de inflação, mais credibilidade, transparência e previsibilidade.

O crescimento da inflação no Brasil não preocupa?
O Banco Central elevou os juros em abril. Isso reflete a independência operacional do BC e o compromisso de manter a inflação na meta.

O investment grade não teria saído sem a alta dos juros?
Não necessariamente. Mas sem dúvida a atuação reforça nossa confiança. É um exemplo de política pragmática para manter a estabilidade da economia brasileira. Apesar da situação externa mais difícil, o Brasil continua a atrair investimento direto. Isso reflete mais maturidade na política e na economia.

OS 6 COFRES MAIS COBIÇADOS

Fundo japonês lidera o ranking dos maiores fundos de pensão do mundo

Fundo	País	Patrimônio (em bilhões de US$)*
Government Pension Investment	Japão	935,5
Government Pension	Noruega	285,6
ABP	Holanda	273,9
California Public Employees	EUA	244,1**
National Pension	Coréia do Sul	203,2
Federal Retirement Thrift	EUA	188

* DADOS DE SETEMBRO DE 2007 **DADOS DE MARÇO DE 2008 **FONTE:** PENSION & INVESTMENTS E WATSON WYATT CONSULTORIA

GRAU DE INVESTIMENTO

A MUDANÇA INTERNA

Como o País venceu

Um ponto crucial foi a melhoria das contas externas. Depois, a inflação sob controle

SE O GOVERNO FOI PEGO de surpresa pela concessão do grau de investimento, o mesmo não pode ser dito de quem acompanha os fundamentos da economia. A grande virada veio do setor exportador, especialmente a partir de 2003. "Foram os saldos comerciais que permitiram elevar as reservas e deram fôlego ao País", disse à DINHEIRO o ex-ministro Luiz Fernando Furlan *(leia entrevista ao lado)*. A gestão das contas públicas e o controle da inflação nos últimos anos também foram destacados pela Standard & Poor's. O saldo da balança comercial, por exemplo, teve um crescimento de 210% nos últimos seis anos. No mesmo período, a dívida pública teve uma redução de oito pontos percentuais e as reservas internacionais aumentaram em mais de 1.000%.

Na avaliação de alguns analistas, a independência conquistada pelo Banco Central nos últimos anos também foi essencial. E uma prova disso ocorreu na última reunião do Comitê de Política Monetária, quando a taxa Selic foi elevada em 0,5 ponto percentual. O elogio ao BC de Henrique Meirelles foi estampado no relatório da S&P divulgado ao mercado. "Do ponto de vista de solvência, o Brasil já é um país bastante confiável e solvência é um item essencial para obter a classificação", analisa Alexandre Póvoa, diretor da Modal Asset. "Ter um BC atento às intempéries do mercado conta pontos importantes nessas horas." O resultado do superávit fiscal, divulgado no mesmo dia da elevação no rating brasileiro, também influenciou. No primeiro trimestre deste ano, o governo central teve um superávit de R$ 31,3 bilhões, resultado 65,5% acima do registrado anteriormente. Com isso, o superávit primário acumulado ficou em 4,65% do PIB. São números que, se forem mantidos, não levarão o Brasil a perder o tão almejado grau de investimento.

SALTO EXPORTADOR: *saldo comercial elevou as reservas externas a quase US$ 200 bilhões*

ROBERTO CASTRO/AG. ISTOÉ

"O BRASIL AGORA É SÉRIO"

O empresário Luiz Fernando Furlan, ex-ministro do Desenvolvimento, foi um dos responsáveis pelo grau de investimento, ao comandar o esforço exportador brasileiro. À DINHEIRO, ele falou sobre essa conquista.

O que significa o investment grade?
Significa que o Brasil já é visto como um país sério e que o mundo reconhece todos os nossos progressos econômicos. Mas essa é uma maratona, e não uma corrida de fôlego curto. O Brasil ainda tem muito o que fazer em outras áreas, como a infra-estrutura. A classificação deve ser comemorada, mas não encerra a nossa caminhada.

Quais foram os fatores decisivos?
O principal, a meu ver, foi a virada nas contas externas. Em janeiro de 2003, o Brasil exportava US$ 60 bilhões ao ano. Hoje, o número acumulado em 12 meses é próximo a US$ 165 bilhões. Foram os saldos externos que deram tranqüilidade e solvência ao País. Outro ponto, não menos importante, foi o compromisso do Henrique Meirelles com a inflação baixa.

Mas as contas externas não estão piorando?
O que aconteceu neste início de 2008 foi cíclico. As empresas aumentaram suas remessas porque os lucros cresceram muito. E a melhor coisa que o País pode fazer é estimular a criação de novas multinacionais brasileiras. O Brasil já tinha umas 20 empresas consideradas *investment grade*, como Vale, Gerdau e Embraer, justamente porque são internacionalizadas e têm receita em moeda forte. Precisamos de muitas outras multinacionais.

GRAU DE INVESTIMENTO

O EFEITO INTERNACIONAL

O que mudou lá fora

Na maioria dos países, a classificação elevou os preços das ações e também o crescimento

A JULGAR PELO QUE aconteceu com outros mercados emergentes que chegaram ao grau de investimento, as perspectivas são de valorização dos ativos brasileiros. De um modo geral, as bolsas desses países tiveram desempenho melhor do que o mercado internacional, segundo um estudo do economista Ricardo Amorim, do banco WestLB *(leia sua entrevista ao lado)*. O caso da Rússia é emblemático. Nos três meses anteriores à mudança, no fim de 2003, a bolsa registrou uma variação anual de 50,4%. Nos três meses seguintes, a variação foi de 112,5%. **Mas a situação não foi a mesma em todos os países. Em outros casos, a expectativa em relação à mudança levou a uma valorização antecipada dos ativos.** Isso aconteceu no México, que conseguiu o selo de investment grade em 2000. O mercado subiu 20,7% nos três meses anteriores à notícia e caiu 25,3% nos três meses seguintes à mudança.

O sócio-diretor da BDO Trevisan Auditores, Marcio Peppe, diz que num primeiro momento o mercado se abre para novos investidores, mais conservadores, que não queriam correr os riscos inerentes a um país com classificação inferior. "Eles entram devagar, testando o mercado, e estabelecem um teto para a valorização do ativo. Depois, podem sair", afirma Peppe. Este movimento pode provocar oscilações e dar a falsa impressão de fuga de capitais. Mas, enquanto alguns investidores se retiram para realizar lucros iniciais, outros tomam seu lugar. Se o país mantiver a imagem de que é seguro, podem voltar e a curva se estabiliza. "Há uma melhora inicial, mas depois ela cai um pouco e estabiliza num patamar mais alto", afirma.

PHOTO BY DILMA HOROTAYEV/EPSILON/GETTY IMAGES

BOLSA DE MOSCOU: *índice subiu 112,5% nos três meses que se seguiram à mudança*

RICARDO BENICHIO/VALOR

"OS ATIVOS DEVEM SUBIR"

O economista Ricardo Amorim, diretor executivo de mercados emergentes do banco WestLB, disse à DINHEIRO que a classificação como grau de investimento irá atrair mais investidores e elevar o preço dos ativos brasileiros.

Qual é a importância da nota?
Maior atração de investimentos para ativos brasileiros de todos os tipos, e isso significa que vai haver uma elevação do preço desses ativos. No caso da bolsa, alta das ações, apreciação cambial, mais atração de investimento direto, e a conseqüência final desse processo todo é que o país consegue sustentar taxas mais elevadas de crescimento a médio e longo prazo.

O que mudou na economia brasileira?
A estabilização das contas externas. O Brasil passou a ser credor. Essa é disparado a parte mais importante.

O que aconteceu com outros países depois do investment grade?
Basicamente, aumentou a atração de investimento estrangeiro. Com isso o país consegue sustentar taxas mais elevadas de crescimento.

O Brasil pode parar de aumentar a taxa de juros a partir de agora?
Não, o que define a taxa de juros é a inflação, e ela está em alta por um processo mundial. O *investment grade* ainda vai aumentar a apreciação cambial. A apreciação é boa, porque reduz o preço dos produtos importados, evita uma elevação maior da inflação pela alta dos alimentos e sem isso teríamos um processo de elevação da taxa de juros ainda maior.

O que o BNDES está pensando?

Na mente de Luciano Coutinho há um plano para erguer gigantes nacionais em vários setores – dos laboratórios à alta tecnologia

LEONARDO ATTUCH

O PROFESSOR LUCIANO Coutinho, que construiu sua biografia à esquerda da ortodoxia econômica, já entrou para o clube dos grandes banqueiros nacionais. Com empréstimos contratados de R$ 103 bilhões, o BNDES, que ele comanda, só fica atrás de gigantes como Bradesco e Itaú. Além disso, sua carteira cresce 25% ao ano. À frente dessa gigantesca máquina de crédito, Coutinho também vem imprimindo uma marca pessoal no banco. Ainda que de forma não declarada, a política de empréstimos do BNDES está cada vez mais subordinada ao pensamento nacional-desenvolvimentista do professor da Unicamp. "O que determina um empréstimo é a consistência empresarial do negócio", disse Coutinho, no início da semana passada. "Mas, se além disso, a operação fortalece empresas de capital nacional, é bom para o País."

O episódio recente – e também polêmico – dessa política foi o empréstimo de R$ 2,5 bilhões para que as empresas La Fonte e Andrade Gutierrez fortaleçam seu controle da Oi. Numa etapa posterior, o banco ajudará a operadora a comprar a Brasil Telecom, criando uma "supertele" nacional. Como o BNDES lida com recursos dos trabalhadores, emprestados de forma subsidiada, o banco passou a ser atacado por apoiar um negócio que, a princípio, não gera empregos, eleva a concentração de mercado e não amplia a capacidade produtiva. **Outra crítica é ideológica. À DINHEIRO, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso afirmou que, com Coutinho, o BNDES voltou a "escolher os vencedores da economia".** E isso tem irritado o professor da Unicamp. "Não há escolha. Aliás, se houve, foi no passado, porque esses acionistas já estavam na Oi", disse ele.

Ocorre que a política nacionalista do banco vai além da telefonia. Na mente de Coutinho, há também um plano para criar uma superfarmacêutica nacional, que seria fruto da fusão de vários laboratórios. Dessa forma, ele imagina que o Brasil teria uma empresa com escala para investir em inovação tecnológica, reduzindo o déficit comercial no setor de medicamentos, que foi de R$ 2,7 bilhões no ano passado. Outros setores estão no seu radar. "Tudo ficará mais claro no dia 12 de maio, quando for anunciada a política industrial", diz ele. Há a expectativa de que o banco crie linhas especiais para setores como softwares, bens de capital e semicondutores. **Outro ponto importante será a política de apoio à internacionalização das empresas brasileiras – o que já vem ocorrendo na área de alimentos.** "O papel do BNDES tem sido vital nessa área", avalia Pratini de Moraes, que é presidente do comitê de estratégia global do Friboi, hoje o maior frigorífico do mundo.

Um ponto desconfortável para o banco é sua presença no noticiário policial. Segundo a Operação Santa Tereza, da Polícia Federal, haveria um esquema para liberar empréstimos subsidiados para prefeituras e empresas. Cauteloso, Coutinho suspendeu os repasses e disse que é preciso aguardar as investigações. Mas ele também deu um recado para os empresários que recorrem a lobistas. "Evitem intermediários, nos procurem diretamente", disse ele.

FOTO: ROBERTO CASTRO/AG. ISTOÉ

“Nós não escolhemos vencedores. Se isso aconteceu, foi no passado”

LUCIANO COUTINHO, PRESIDENTE DO BNDES

Na esteira do PAC

YOSHIO KAWAGAMI, DA VOLVO: *"Nunca na história, nosso mercado esteve tão bom como agora"*

CONHEÇA AS EMPRESAS QUE ESTÃO SURFANDO NA

LANA PINHEIRO

DEPOIS DE MUITAS IDAS e vindas, o Programa de Aceleração do Crescimento finalmente começou a sair do papel. Grandes e pequenas obras de infra-estrutura espalham-se pelo País, o que tem feito a alegria de uma série de empresas. A começar pelos construtores de máquinas pesadas, que, após verem as vendas ao mercado interno patinarem em cinco mil unidades pelos últimos dez anos, celebraram o recorde absoluto conquistado no ano passado com 11 mil unidades. Para este ano, nova marca histórica é aguardada com projeção de 15 mil. Uma das conseqüências do aquecimento desse setor, que deve ajudar o Brasil a crescer por volta dos 5% este ano, pode ser vista na rodovia dos Bandeirantes, em São Paulo. **Principal via de transporte até o Porto de Santos, a estrada é diariamente tomada por uma série de caminhões que transportam pesadas máquinas de construção civil como pás-carregadeiras, caminhões articulados e escavadeiras.** Para atender a demanda, as fábricas trabalham a todo vapor e buscam no Exterior produtos que antes não eram sequer vendidos por aqui.

Yoshio Kawakami, presidente da Volvo Construction Equipment (VCE), é um dos que mais comemora. Em uma conversa com a DINHEIRO, o executivo não se ressentiu em confirmar que suas projeções de crescimento de 15% em vendas para o ano ficaram bem abaixo dos 40% registrados no primeiro trimestre. "Nunca antes este nosso mercado esteve tão bom", diz ele. "E, além do governo, o impulso também vem de setores como mineração, celulose, indústria cimenteira e agropecuária." O resultado é produção máxima na fábrica da companhia em Perdeneiras, interior de São Paulo, e revisão, para cima, do investimento de US$ 6 milhões programados para o ano. Ainda assim, o fantasma do desabastecimento ronda a companhia e o mercado. Oficialmente, fabricante algum confirma falta de produto, mas um consumidor interessado em uma escavadeira pode esperar de dois a três meses antes até receber sua encomenda.

O descompasso entre demanda e oferta transformou a importação de equipamentos em um rentável nicho

FOTO: WELLINGTON CERQUEIRA/AG. ISTOÉ

ONDA DOS INVESTIMENTOS EM INFRA-ESTRUTURA

de mercado para as grandes produtoras. Na VCE, 30% do faturamento de US$ 389 milhões são de importados. **Na Case Constructions, empresa do grupo Fiat, das 2,3 mil máquinas vendidas no ano passado, 200 traziam bandeiras de outros países.** Para este ano, a expectativa é chegar a 400 de um total de 3 mil unidades. "O PAC está alimentando o mercado, não só pelas obras em si, mas também pelo aumento de movimentação de carga", afirma Roque Reis, diretor da Case. O desembolso diário do PAC neste primeiro semestre gira em torno dos R$ 15 milhões, o dobro do ano passado, e impulsiona regiões que antes não tinham tradição na compra desses equipamentos, como os Estados do Norte e Nordeste.

"Ainda ficamos bem longe da China, mas há um otimismo muito forte com relação ao futuro", completa Roque.

É justamente essa perspectiva de longo prazo confirmada pelas empresas de máquinas que fez os acionistas do Banco Pottencial acreditarem que o mercado da carta-fiança, um de seus principais produtos, vai explodir. Hoje, por lei, os interessados em participar de uma licitação pública devem apresentar uma carta-fiança no valor de 5% do contrato. **Com o PAC, a demanda ficou tão forte que a instituição mineira passou a recusar contratos e, por isso, decidiu criar um sistema de mapeamento de todas as licitações feitas no País.** As informações passarão a ser divulgadas para seus clientes já no mês que vem. "Vamos entrar em um novo patamar de crescimento aproveitando as asas do PAC", afirmou Carlos Quick, presidente do conselho da instituição.

CARLOS QUICK, DO POTTENCIAL:
banco lucra com aumento das licitações

O jogo rentáve games

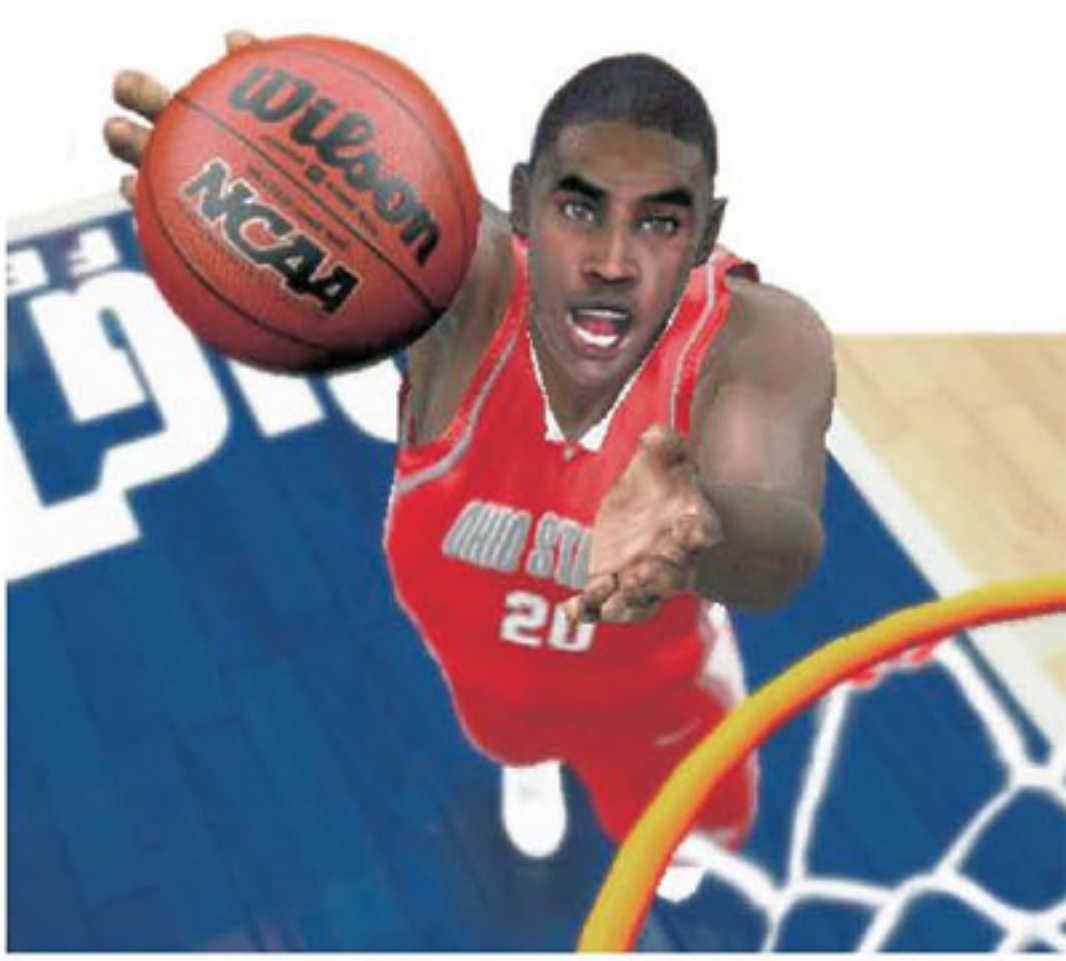
Diversão virtual su fronteira da publi a moda chega aos

ROBERTA NAMOUR

QUANDO GIGANTES COMO MICROSOFT E GOOGLE INVESTem em algo relativamente novo, é sinal de que é para lá que o mercado vai caminhar. Atualmente, o que eles têm em comum? O interesse pela publicidade in-games – divulgação de produtos e serviços em jogos. E não é preciso ser muito visionário para perceber o potencial do negócio. De acordo com estimativas da empresa americana de pesquisa eMarketer, os gastos com publicidade em games em 2007 chegaram a US$ 295 milhões. A expectativa é de que, até 2012, esse número atinja US$ 650 milhões. E mais. As vendas da indústria de games atingiram receita de US$ 9,5 bilhões em 2007, aumento de 27% em relação a 2006, segundo dados do NPD Group. "**A grande vantagem da publicidade em games é a penetração. Em geral, as pessoas passam muito mais tempo no computador do que em outras mídias**", afirma Rafael Lins, coordenador de mídia online da agência Mídia Digital. E as possibilidades são inúmeras. As propagandas podem estar inseridas no

e-commerce

RECEITA GARANTIDA: os jogos Gran Turismo e College Hoops, da Sony, usam espaços que simulam a vida real para atrair empresas anunciantes



l dos

rge como a nova cidade. No Brasil, poucos

contexto dos jogos, como as placas de publicidade estáticas em games de futebol, ou podem ser indiretas, como é o caso das gravadoras que detêm os direitos sobre as músicas usadas no jogo Guitar Hero, da Sony.

No Brasil, a publicidade em games ainda não é tão popular. De acordo com Lins, o motivo estaria na falta de jogos nacionais de grande expressão. "Acredito que isso possa mudar. Os jogos de plataforma são caros para a realidade do País, mas o aumento de popularidade nos jogos online por aqui começa a despertar em nossos empresários o interesse pelo espaço publicitário que oferecem", diz. **A modalidade que caiu nas graças dos brasileiros é o Advergames: jogos criados para divulgação de marcas.** "As empresas têm apostado em jogos como uma boa ferramenta de marketing", garante Fernando Chamis, diretor de planejamento da agência WebCore Games. As empresas a que Chamis se refere são, em sua maioria, grandes nomes, como Petrobras, Goodyear e Gerdau, em função do custo elevado do projeto – que pode chegar a R$ 200 mil. Para as três a WebCore criou um game para um evento em específico. A Petrobras usou o jogo para mostrar suas ações em desenvolvimento sustentável. A Goodyear usou o game para divulgar as características de seu novo pneu e a Gerdau encontrou na estratégia uma forma de apresentar seus produtos aos visitantes de uma feira de construção.

Lá fora, com a evolução dos jogos de plataforma, como é o caso do XBOX da Microsoft, do Playstation da Sony, e do Wii da Nintendo, a publicidade nesses games ganhou novas formas e mais intensidade, como explica Lins: "Com os recursos atuais dos consoles de terceira geração, estes aparelhos são conectados à internet e podem receber conteúdo dinâmico e sofrer atualizações constantes". O que mais atrai as empresas à publicidade em games é o próprio crescimento da internet, que tem impulsionado o desenvolvimento dos MMO, jogos online para múltiplos jogadores, como o Counter Strike e o World of Warcraft.

Foi de olho neste mercado em ascensão que o Google entrou na briga no ano passado. De acordo com a publicação americana Red Herring, o gigante das buscas online teria desembolsado US$ 23 milhões na aquisição da Adscape, empresa que explora publicidade em games online. Um passo ambicioso em um mercado em que os principais fabricantes, como Nintendo, Microsoft e Sony, controlam a veiculação de publicidade em seus jogos. Em 2006, a empresa Massive, especializada na área, foi comprada pela Microsoft por US$ 200 milhões, segundo a imprensa americana. A empresa passou a comandar a venda de espaços publicitários na rede Xbox Live. Em outubro de 2007, a Sony criou a Sony Computer Entertainment America, unidade de publicidade responsável por promover marcas e produtos dentro de jogos. Tal estratégia tem sido cada vez mais explorada pelas empresas de videogames como uma nova fonte de receita, uma vez que os custos de produção dos jogos costumam ser exorbitantes.

US$ 650 MILHÕES
é quanto a publicidade em games deve movimentar em 2012

e-commerce

MERCADO DIGITAL

UMA IDÉIA NA CABEÇA, UM CELULAR NA MÃO

■ O cineasta Spike Lee, diretor do filme *Malcom X*, quer mostrar que o cinema pode ser mais do que uma câmera na mão e uma idéia na cabeça. Em parceria com a Nokia, o cineasta quer produzir um filme com imagens capturadas a partir de celulares de indivíduos desconhecidos. As pessoas interessadas terão quatro semanas para "cumprir" as tarefas que serão divulgadas pelo cineasta na internet. A modalidade foi apelidada de democratização do cinema por Lee.

Parques tecnológicos paulistas

O Estado de São Paulo quer se tornar o centro da tecnologia do Brasil. O principal motivo é a busca pelo desenvolvimento econômico da região. Para tanto, o governo pretende atrair investimentos e empresas do ramo com a criação de um conjunto de dez parques tecnológicos até 2010. As empresas instaladas estarão integradas a universidades e instituições de pesquisas e desenvolvimento em tecnologia, localizadas nas proximidades dos parques. Entre os benefícios para as empresas estão o acesso à mão-de-obra capacitada, convênio com pesquisadores e o compartilhamento de infra-estrutura.

TÊNIS QUE "CRESCE"

■ Um americano lançou um tênis que acompanha o crescimento das crianças. O Inchworm, criado por Hank Miller, é um calçado que varia em três tamanhos. Basta apertar um botão

CONTROLE BRITÂNICO

■ Já não basta ter um passaporte europeu em mãos para entrar rapidamente em território britânico. A partir do segundo semestre, esses passageiros serão submetidos a um controle de reconhecimento facial. A medida visa aumentar a segurança e diminuir o tempo das longas filas de espera na imigração. Dados do scanner serão automaticamente cruzados com as informações obtidas nos chips de passaportes, liberando a entrada do cidadão europeu.

PRATELEIRA PRATELEIRA PRATELEIRA PRATELEIRA

PORTABLE VAIO – *da Sony. Computador portátil, sistema operacional Windows Vista, 40GB de memória e tela de 4.5" Por R$5.999*

GPS TS 8.3 PND – *da TELE System. Traz mil mapas, é reprodutor de MP3 e visualizador de fotos e vídeos. Por R$ 799*

PRATELEIRA PRATELEIRA PRATELEIRA PRATELEIRA PRATELEIRA

Por Roberta Namour

"O número de brasileiros com acesso regular à internet deve quase triplicar até 2010",

Sérgio Rezende, *ministro da Ciência e Tecnologia*

para que o tênis cresça. O tênis pode ser encontrado em países da Europa, Ásia e do Oriente Médio, e pela internet por cerca de R$ 265.

11 milhões foi o número de CDs e DVDs piratas apreendidos no Brasil, desde janeiro, de acordo com a Associação Antipirataria de Cinema e Música

RESPOSTA INSTANTÂNEA

Bruno Nowak, diretor de estratégias da Motorola

Qual a importância de uma comunicação via rádio digital para o funcionamento de uma empresa?
Para um serviço ser bem prestado, a comunicação interna da empresa precisa estar integrada. O sistema de rádio digital possibilita que pessoas em deslocamento possam se comunicar entre si, mantendo as mãos desocupadas, uma vez que o aparelho é comandado por fone de ouvido. A tecnologia permite localizar de imediato uma pessoa e conversar individualmente sem que o restante da empresa tenha de ouvir, tudo através de um só botão. O sistema proporciona agilidade na comunicação sem que o usuário tenha de gastar tempo e energia para manipulá-lo.

De que forma isso acontece?
O hotel Unique, de São Paulo, por exemplo, adotou o sistema. Quando o indivíduo desce do carro e manifesta que está indo ao restaurante, o manobrista repassa a informação ao local indicado. Se o restaurante estiver lotado, o manobrista avisa o cliente, que poderá escolher outro ambiente do hotel, enquanto aguarda sua vez. O mesmo pode acontecer quando o cliente encerra a conta. Automaticamente, o manobrista é avisado para deixar o carro a postos quando o cliente sair.

Qual o custo dessa tecnologia?
O custo depende do número de equipamentos usados. O preço unitário do rádio digital DTR620, em São Paulo, é de R$ 875. Com fone de ouvido, sobe mais R$ 60.

INVESTIMENTO RENTÁVEL

■ A internet é mais lucrativa que o biodiesel? O economista sueco Steve Jurvetson diz que sim. Para ele, é melhor aplicar US$ 2 milhões em 100 empresas da rede do que US$ 200 milhões numa companhia de biodiesel. Motivo: além de o investimento ser maior na economia tradicional, o retorno é mais lento. Ao contrário da internet, em que as perspectivas de retorno são rápidas e o investimento é menor. É o caso do YouTube, que foi criado com poucos recursos e vendido por US$ 1,6 bilhão ao Google.

Sua empresa integrada. Sua empresa unida.

Ser igual, sendo sempre diferente. Soluções eficazes e adaptáveis são nossa obrigação, se focássemos apenas em tecnologia, seríamos comuns. Por isso, o que para muitos são diferenciais para nós são premissas.

O que faz a TOTVS singular é a capacidade de ser humana.

A TOTVS é a maior empresa latino-americana de desenvolvimento de software de gestão empresarial.

Tenha uma experiência única. Seja qual for o porte ou ramo de sua empresa, acesse totvs.com ou ligue 0800 709 8100 e conheça as ferramentas que são referência no mercado nacional e mundial.

TOTVS

LOGOCENTER • MICROSIGA • RM
TQTVD • TOTVS CONSULTING • BCS • VITRINE

SOFTWARE·TECNOLOGIA·CONSULTORIA·BPO
INFRA-ESTRUTURA·EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

“A LU FAZIA TUDO COM PAIXÃO. ESSE É O SEU MAIOR LEGADO”

PETER RODENBECK, RESPONSÁVEL PELA STARBUCKS NO BRASIL

FOTO: KARIME XAVIER

Uma nova alma para a STARBUCKS

SETE MESES DEPOIS DA MORTE DE MARIA LUISA RODENBECK, RESPONSÁVEL PELA OPERAÇÃO DA STARBUCKS NO BRASIL, SEU MARIDO, PETER RODENBECK, ENFRENTA O DESAFIO DE FAZER A REDE CRESCER NO PAÍS

AMAURI SEGALLA

ATÉ O DIA 1º DE OUTUBRO DO ANO PASSADO, A Starbucks não era prioridade na vida de Peter Rodenbeck. Embora fosse sócio da rede de cafeterias no Brasil, a gestão do negócio estava nas mãos de sua mulher, Maria Luisa Rodenbeck. Foi ela, depois de quase uma década de negociações, quem convenceu o grupo americano a entrar no Brasil. A ligação de Maria Luisa com a empresa extrapolava o âmbito profissional. Segundo amigos, ela sentia pela Starbucks algo muito próximo da paixão. Às vezes, podia ser vista atrás dos balcões, como uma funcionária qualquer, servindo *espressos* e capuccinos. Adorava cativar clientes. Para isso, seu arsenal era farto. Tinha sorriso fácil, gestos amigáveis, conversa franca e sedutora. Com Maria Luisa, a Starbucks deslanchava. As cafeterias brasileiras tornaram-se, em questão de meses, as mais lucrativas da América Latina. Um plano de expansão era inevitável. Foi por essa razão que naquele 1º de outubro ela deixou sua casa em São Conrado, no Rio de Janeiro, para dirigir-se ao aeroporto Santos Dumont. Logo cedo haveria uma reunião em São Paulo, onde executivos discutiriam as bases para a abertura de uma nova loja na capital paulista. No caminho, o táxi em que Maria Luisa trafegava bateu de frente com um ônibus, na avenida Niemeyer. Peter estava em casa quando recebeu a ligação avisando-o do acidente. Ele ainda correu ao local da tragédia, mas não pôde fazer nada. Maria Luisa morreu instantaneamente, aos 49 anos.

FOTO: CLAUDIO GATTI/AG. ISTOÉ

FOTO: MURILLO CONSTANTINO/AG. ISTOÉ

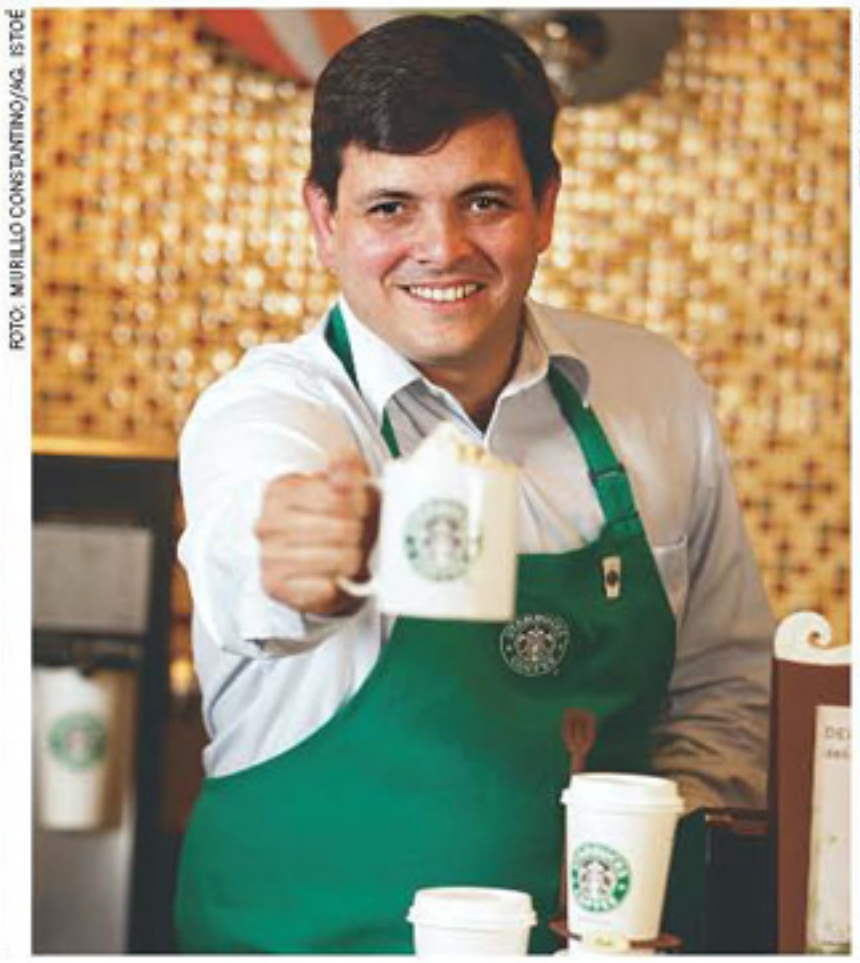


FOTO: HARIME XAVIER

O PODER DO SORRISO: *Maria Luisa e Ricardo Carvalheira, que está sendo preparado para substituí-la. Cativante como*

Passados seis meses, Peter está sentado a uma mesa da Starbucks dos Jardins, em São Paulo. Sujeito sereno e discreto, parece animado. **"Sim, estamos indo bem", disse à DINHEIRO. "A Starbucks tem muito espaço para crescer no Brasil." A conversa, quase que naturalmente, traz lembranças de Maria Luisa. "A Lu colocava paixão em tudo o que fazia", afirma. "Ela tinha uma postura positiva diante da vida, contagiava as pessoas, não deixava nada derrotá-la."** Aos 68 anos e com um cartel de realizações notável (ele trouxe o McDonald's para o Brasil e escalou o Aconcágua, para ficar em dois exemplos), ele poderia muito bem dar um tempo para si mesmo. Viajar por aí. Tentar esquecer. Procurar refúgio em qualquer outro lugar. Em vez disso, preferiu dar continuidade ao sonho de Maria Luisa. Enquanto o chão desmoronava a seus pés, Peter prometeu a si mesmo levar adiante a rede de cafeterias com a mesma força de vontade que sua mulher demonstrava. "É uma forma de prestar uma homenagem a ela", diz.

Antes da tragédia, ele estava relativamente distante da Starbucks. Casado e sócio de Maria Luisa, era natural que eles conversassem sobre a empresa. Mas o foco de Peter era outro. Ele dedicava-se principalmente à Outback, rede de comida australiana que trouxe para o Brasil. Agora tudo mudou. Peter vem muito mais a São Paulo, onde está o coração da Starbucks no Brasil. Pelo menos durante três dias da semana dá expediente no escritório paulista. Num esforço para preservar o estilo de Maria Luisa, começou a circular mais pelas cafeterias. Aproximou-se dos funcionários, ouviu clientes. Mas ele é muito diferente dela.

Peter conheceu Maria Luisa há 26 anos, quando era o responsável pela rede de lanchonetes McDonald's no País e ela, uma espécie de executiva faz-tudo. Casaram-se depois, mas não tiveram filhos. De estilos antagônicos, formavam um casal que se completava. As deficiências de um, de certa forma, eram superadas pelas qualidades do outro. Peter é um executivo de bastidor, que entende de negócios como poucos e que tem uma sensibilidade rara para farejar novas oportunidades. Maria Luisa era capaz de colocar o coração acima de tudo -- algo que fez toda a diferença na gestão da Starbucks. O estilo dela estava em sintonia com o modelo construído por Howard Schultz, o filho de motorista de caminhão que forjou o sucesso da Starbucks. Para Schultz, o segredo não está apenas no produto que você vende. Acima de tudo, o que é importa é a experiência proporcionada à pessoa que vai a uma de suas lojas. Ninguém entra numa Starbucks apenas para tomar café. Seus

DE GRÃO EM GRÃO

Uma das empresas mais globalizadas do planeta, a Starbucks ainda tem presença tímida no Brasil

Quando chegou ao País: novembro de 2006

Número atual de cafeterias: 10

Previsão de crescimento: abertura de 20 cafeterias nos próximos 2 anos

Investimento: R$ 700 mil por cafeteria

ela, o executivo gosta de dialogar com os clientes da rede

clientes estão em busca de um lugar para conversar, de um espaço onde são tratados como amigos. "A Starbucks desenvolveu uma relação emocional com seus freqüentadores", diz o consultor Marcelo Cherto. "Schultz costuma dizer que a empresa não está no negócio do café, mas no de pessoas." É por isso que Maria Luisa gostava tanto de seu trabalho.

Para assumir algumas das atribuições que eram de sua mulher, Peter vem preparando o executivo pernambucano Ricardo Carvalheira, de 38 anos. Carvalheira foi sócio de uma loja Outback no bairro do Morumbi, em São Paulo, e seu desempenho à frente do restaurante chamou a atenção. Sorridente e gentil como Maria Luisa, ficou muito próximo do casal. A afinidade com a executiva foi tamanha que ele acabou recebendo o convite para ser diretor de operações da rede de cafés, o braço direito de Maria Luisa. Carvalheira sente-se muito mais à vontade no papel de cativar clientes, de propagar o conceito que move a Starbucks, do que o próprio Peter. "O DNA da empresa é muito forte", diz. "Eu me identifico demais com ela."

Peter tem dois grandes desafios pela frente. O primeiro passo é organizar a gestão da empresa, o que vem sendo feito com a ajuda de Carvalheira. O segundo é levar adiante o plano de expansão imaginado por Maria Luisa. Há pouco mais de um ano no Brasil, a Starbucks possui dez lojas em funcionamento no País. Todas em São Paulo. Nas próximas semanas, Peter quebra uma barreira. Será inaugurada, em Campinas, a primeira cafeteria fora da capital paulista. Até o final de 2008, a rede chega a Belo Horizonte e Brasília. O Rio de Janeiro também está na mira. Peter está mergulhado no processo, mas não tem pressa. "Penso em uma loja de cada vez", diz. Se quisesse, ele poderia fazer a rede crescer num ritmo alucinante. Estão arquivadas em seu computador 2.103 propostas de abertura de franquia. Mas esse não é o modelo de negócios desejado por ele. Franquias, na sua visão, são impessoais demais e podem fazer o empreendimento perder qualidade. Todas as lojas da Starbucks são próprias e exigem investimento médio de R$ 700 mil. Peter não confirma, mas o mercado acredita que, nos próximos dois anos, a Starbucks deve triplicar de tamanho no Brasil, chegando a 30 lojas. Ele quer acompanhar de perto a abertura de cada uma delas, exatamente como Maria Luisa faria. E promete engajar-se nisso com a mesma alegria. $

CRISE LÁ FORA

Nos Estados Unidos, queda no preço das ações e fechamento de lojas

Se no Brasil a Starbucks vive um período de expansão, no Exterior o cenário é diferente. A desaceleração do ritmo de crescimento da economia dos Estados Unidos afetou os negócios da rede. No ano passado, o movimento das lojas em território americano caiu pela primeira vez na história. Desde maio de 2006, quando atingiu seu ponto mais alto, a cotação das ações da empresa caiu 55%. Recentemente, foram fechadas 100 lojas que tiveram performance ruim nos Estados Unidos. Em janeiro, Howard Schultz, o homem que transformou a Starbucks numa das marcas mais globalizadas do planeta, retomou o comando da empresa em um esforço para recuperar seu crescimento. Ele já colocou novas idéias em prática. A primeira delas foi a criação de uma rede social no site americano da Starbucks para que os clientes possam deixar sugestões ou fazer críticas. A medida de maior impacto foi ter fechado, no dia 26 de fevereiro, 7.100 lojas nos Estados Unidos por um período de três horas. Fez isso para que 135 mil baristas fossem treinados. Apesar da crise, a Starbucks ainda é um colosso mundial. A rede possui 16 mil lojas em 44 países e seu faturamento está na casa dos US$ 10 bilhões.

FOTO: AP PHOTO/TED S. WARREN

SCHULTZ: *O criador da Starbucks voltou ao comando para tentar recuperá-la*

“SOU UM APAIXONADO PELO VAREJO”

ARTUR GRYNBAUM,
presidente de O Boticário

ANA PAULA PAIVA/AG. ISTOÉ

A herança e os desafios que esperam o novo e jovem presidente da maior rede de perfumarias do mundo, Artur Grynbaum

O futuro, segundo O Boticário

RICARDO OSMAN

AOS 12 ANOS, ELE RESOLVEU TRABALHAR. Não que precisasse disso para sobreviver, mas porque não gostava de pedir as coisas que desejava aos adultos. Conseguiu emprego na loja do pai, a Samuca Modas, em Curitiba. Aos 14 anos, o adolescente, conhecido como Arturzinho, assumiu temporariamente o comando da loja por causa de uma viagem de seu pai ao Exterior. Saiu-se bem na liderança e três anos depois o cunhado, Miguel Krigsner, fundador de O Boticário, decidiu dar-lhe um emprego. Na empresa, o jovem dinâmico fez uma carreira rápida e vitoriosa, ocupou várias diretorias e, ao se formar em administração, conseguiu dinheiro com o pai para tornar-se sócio de Krigsner – resultado de um acordo que evitou que deixasse O Boticário para abrir seu próprio negócio. Duas décadas depois do convite de Krigsner, em março último, Artur Grynbaum assumiu, aos 39 anos, a presidência de O Boticário, a maior rede de franquias de cosméticos e perfumes do mundo em número de lojas. Krigsner está agora na presidência do conselho de administração de O Boticário. Grynbaum tornou-se o número 1 de um conglomerado que reúne indústria e rede de 2.465 lojas, e que fatura R$ 2,4 bilhões por ano. O O Boticário está presente em 96% dos municípios brasileiros com 30 mil habitantes ou mais, e em 20 países. Tem por aqui 14 mil colaboradores e realiza trabalho pioneiro na Fundação O Boticário. "Sou um apaixonado pelo varejo", diz Grynbaum, em entrevista à DINHEIRO. A herança que Grynbaum recebe é preciosa, mas os desafios pela frente também são grandiosos.

R$ **2,4** BILHÕES

é o faturamento anual da empresa, que cresceu 23% em 2007

Um deles está na concorrência acirrada com marcas como Natura e Avon, que apostam em outros canais de venda. **Em conversas reservadas, Grynbaum avisa que não há nenhum "acordo de cavalheiros" entre estas grandes empresas do setor – ou seja, quem quiser, e tiver competência para isso, poderá invadir a área da outra.** O O Boticário aposta na rede de lojas montada por meio de franquias – embora também utilize a internet nas vendas – e a Natura e a Avon na venda porta a porta em todo o País. A Natura anunciou, porém, que fará um plano de ação para tentar melhorar seus resultados e que pretende abrir algumas lojas. Haverá algum choque direto em breve entre estes gigantes? Alguém conseguirá se sobressair em mais de um canal de vendas? "Estas respostas valem milhões de dólares", diz Grynbaum a seus interlocutores. O novo presidente de O Boticário é cauteloso ao avaliar a possibilidade de sua rede ingressar no sistema porta a porta. Os franqueados e as consultoras de vendas poderiam deixar para segundo plano os investimentos nas lojas, que devem ser constantes. "Acreditamos na força da presença física da marca em uma loja", diz ele. Segundo afirma, uma unidade estruturada como a do O Boticário permite aos consumidores vivenciar uma "experiência quase inesquecível", conhecer fragrâncias e produtos, e isso é considerado vital no negócio. Grynbaum conta que as consultoras de vendas estão treinadas para compreender as necessidades do cliente e informá-lo sobre os 600 itens da marca. "O consumidor deixou de querer um produto, ele quer uma solução para seu problema", afirma ele. "Por exemplo, ele não quer um creme que tire alguns sinais da pele, mas um creme que o rejuvenesça, não quer dez batons, mas um batom com várias qualidades." Além destes argumentos, Grynbaum acredita que a fórmula adotada no O Boticário para crescer está correta. Em 2007, as vendas da rede de franquias saltaram 23%, bem acima da média para o setor, de 13%.

O novo presidente já se debruça sobre o futuro. Suas recentes preocupações estão relacionadas a uma novidade: o impacto das mudanças climáticas no planeta sobre o comportamento dos consumidores. O O Boticário detectou que as mudanças no clima estão influenciando as compras. "Em setores como o da produção de vinhos, as mudanças alteram a produção. No nosso setor, elas alteram os hábitos de consumo", diz. "Há pouco tempo as pessoas usavam filtro solar duas vezes por ano, nas férias. Hoje, dificilmente alguém anda por cidades grandes exposto ao sol sem ter proteção", diz. O resultado é que muitos produtos de O Boticário passaram a contar com filtros solares. "Um batom sem proteção não tem atrativo."

Torcedor do Coritiba, praticante de ginástica e corrida, Grynbaum é solteiro. Os fins de semana, como afirma, são passados com as irmãs, cunhados e sobrinhas. Mas não se deve confundir seu jeito simpático e educado de falar com falta de determinação e ambição. Grynbaum é um competidor aguerrido em seu setor e um administrador capaz de enfrentar transformações radicais. Quando assumiu a vice-presidência de O Boticário afastou diretores antigos na casa, pois julgou que isso era necessário. Atualmente, cumpre o segundo mandato como presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF). Grynbaum é do tipo que parece nunca ficar aborrecido (ao menos em público). E está sempre olhando para o futuro. Vai trabalhar para fazer com que a marca atravesse as próximas décadas à frente da concorrência. Ele já constituiu um grupo para pensar quais desafios a empresa vai enfrentar em 2025. "Vão dizer que estou maluco", brinca. "Mas tudo hoje acontece muito rápido e temos de olhar para o amanhã." Para quem ingressou adolescente no O Boticário e 22 anos depois tornou-se sócio e presidente da marca, tudo parece realmente passar num piscar de olhos. $

FOTO: MICHEL WILLIAN/COM

INDÚSTRIA E VAREJO
EMPRESA TEM FÁBRICA NO PARANÁ E 2.465 LOJAS ESPALHADAS PELO PAÍS

Mais do que falar português, agora você vai entender!

Novíssima Gramática Ilustrada Sacconi.

Tudo o que você precisa saber sobre a Língua Portuguesa, de forma extremamente simples, prática e moderna, está aqui.
E mais: é a primeira e única gramática produzida com as novas regras do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, que padroniza a escrita nos oito países do mundo em que o idioma é oficial.

São 22 fascículos + 5 cadernos de testes, GRÁTIS toda semana com a sua ISTOÉ, além da capa dura especial que você recebe no início da Coleção.

Uma grande idéia da ISTOÉ para facilitar a vida dos seus assinantes.

Patrocínio CAIXA

Realização ISTOÉ

Para assinar acesse www.assine3.com.br.
Se preferir, ligue: São Paulo, (11) 3618-4566. Outras Capitais, 4002-7334.
Demais Localidades, 0800-775-0098.

De 2ª a 6ª, das 9h00 às 18h00. Sábado, das 9h00 às 15h00.

ATENÇÃO: assinando após o início da Coleção (16/02/2008), você receberá os fascículos anteriores, automaticamente, em até 30 dias da 1ª edição da sua assinatura.

ADRIANA MATTOS

FORAM DOIS ANOS DE MUITA CONVERSA. DE um lado, o comando mundial da Pioneer Corporation, fabricante japonesa de US$ 6,7 bilhões em vendas, 37,6 mil empregados e recém-saída de um profundo processo de reestruturação das operações no mundo. Do outro lado do balcão, a subsidiária brasileira do grupo, responsável por 2,2% do faturamento global, 500 empregados e capacidade produtiva de 500 mil peças de som automotivo ao ano. No centro da discussão, um novo investimento no Brasil, o primeiro em ativos fixos da Pioneer por aqui. Após muitos cálculos e uma boa dose de paciência, bateu-se o martelo. No final de 2006, a Pioneer deu sinal verde para a construção da primeira unidade da companhia no País e a única na América Latina, inaugurada na sexta-feira 2, em Manaus. Até obter o aval da sede, o projeto foi discutido internamente, com discrição absoluta, e sem a menor pressa por parte dos investidores japoneses – como convém a uma corporação nipônica. Até então, a empresa alugava o terreno que ocupava no Distrito Industrial de Manaus. No último ano, os investimentos para a nova fábrica (cerca de R$ 32 milhões) começaram a ser liberados. São 90 mil metros quadrados de área útil (quase o tamanho do estádio do Morumbi) e espaço para a fabricação de dois milhões de peças ao ano. É sete vezes o tamanho do terreno anterior e quatro vezes a capacidade de produção da planta antiga.

Com uma nova fábrica pronta, a meta da Pioneer é ganhar escala e abocanhar uma parcela maior do segmento,

Pioneer pega caro

Com a disparada na venda de carros, fabricante de som auto

vendendo produtos básicos. "Não queremos inventar a roda. Nosso negócio foi sempre ganhar escala com produtos de preço competitivo", diz Walter Lemmi, diretor financeiro do grupo no País. Como as vendas de carros batem recorde atrás de recorde, a demanda por acessórios segue a mesma toada. Vendeu-se no ano passado cerca de 2,2 milhões de unidades de som para carros no Brasil. Como o valor médio gasto por compra está em R$ 350, Pioneer, Sony, Panasonic e Buster disputam um setor com R$ 770 milhões de vendas ao ano, e crescimento anual em 20%. Com R$ 250 milhões de receita em 2007, a Pioneer do Brasil tem 33% desse mercado. **Como estava operando no limite (em 2006, a capacidade da fábrica bateu no teto), a entrada em operação da**

A NOVA FÁBRICA: *R$ 32 milhões aplicados na nova unidade, com sete vezes o tamanho da anterior; essa é a única planta da Pioneer na América Latina*

CLAUDIO GATTI/AG. ISTOÉ

> “Foi preciso paciência para tratar do investimento com os japoneses, mas deu certo. A meta é crescer 20% ao ano”
>
> **WALTER LEMMI**
> **DIRETOR DA EMPRESA NO PAÍS**

na no crescimento

motivo antecipa planos e inaugura a primeira fábrica no País

nova unidade tornou-se questão prioritária para o comando no Brasil. Era sabido que havia riscos caso a matriz não se convencesse da urgência do investimento. Detalhe: pelo projeto inicial, a empresa esperava construir uma fábrica em Manaus só em 2013. “Foi preciso alguma paciência para que as coisas acontecessem. Os japoneses levam tempo para tomar certas decisões”, explica Lemmi.

Para que o projeto saísse do papel, foi preciso negociá-lo num momento para lá de delicado para a Pioneer. E, talvez exatamente por isso, ele aconteceu. Nos últimos três anos, a fabricante japonesa patinava nos resultados. Era preciso, como dizia o comando, “melhorar a perfomance” de todos os seus negócios. Em outras palavras, ganhar eficiência cortando custos. Foi montado um plano de reestruturação em 2005. A fábrica de som automotivo no México foi fechada naquele ano e a estrutura fabril das unidades na Indonésia e Malásia foram transferidas para a Tailândia em 2006. A idéia era integrar os processos de maneira que as plantas “conversassem” entre si, e eliminar as unidades deficitárias. Em época de ajustes, negociar novos investimentos para o País exigiria algum jogo de cintura. Mas deu certo. Em parte pelos bons resultados apresentados por aqui. Se no País ela cresce mantendo a rentabilidade, lá fora a marca fatura, mas a linha final do balanço aponta prejuízo há três anos. “O Brasil tem dado uma enorme contribuição para o aumento de nossa performance”, afirma, em relatório mundial, o presidente do grupo, Tamihiko Sudo – que deixa bem claro que espera que nada mude por aqui.

R$ 300 MILHÕES é a previsão de faturamento da empresa no Brasil em 2008. Em 2007, o volume foi de R$ 250 milhões

Quem quer DINHEIRO?

Para crescer com rapidez, uma agência paulista lança um negócio inédito: franquias de casas de câmbio

O DÓLAR DERRETE SEM parar e o mercado de câmbio parece cada vez menos atraente, não é? Não para o Grupo Fitta, agência de câmbio e de turismo, com 25 lojas em sete Estados do País. André Nunes, presidente do grupo, lembra que o dólar barato está impulsionando o alto movimento de turistas brasileiros ao Exterior. Além disso, afirma o empresário, cada vez que a Polícia Federal desencadeia uma ação para coibir o trânsito ou posse ilegal de dólar, as pessoas tendem a adquirir as moedas estrangeiras nos canais oficiais, com maior segurança. "Tudo isso indica um grande crescimento das agências de câmbio", conta Nunes. "Nessa corrida, queremos sair na frente." Para expandir rapidamente sua rede, o empresário recorreu a uma estratégia inédita nesse campo: o sistema de franquias. Neste mês, com um road show pelas principais capitais do País, ele está apresentando sua idéia.

Quem formatou o negócio foi o consultor especializado em franchising Alain Guetta, do Rio de Janeiro. "Como não há nada igual no Brasil, fizemos a formatação a partir do zero, e o desafio foi criar um negócio prático de acordo com a complexa legislação do setor", diz Guetta. Há modelos de negócios a partir de R$ 50 mil, tipo quiosque, para área de serviços de shoppings, por exemplo. E lojas maiores, que exigem investimentos superiores a R$ 100 mil.

A meta do Grupo Fitta é abrir cerca de 30 lojas franqueadas ao longo de 2008. "Esse é um segmento sem uma bandeira líder e vamos tentar ocupar este espaço em todo o País", reforça Guetta. No sistema de franchising, vale lembrar, o franqueado entra com o capital e o trabalho na unidade e o franqueador repassa o know-how do negócio e cede o uso da marca. Aí encontra-se o desafio dessa franquia de agência de câmbio. O treinamento dos parceiros é peça fundamental no desenvolvimento da rede. Outro ponto importante, naturalmente, está relacionado à questão da segurança nas grandes cidades. A qualidade do ponto comercial será decisiva para a tranqüilidade de quem entrar neste ramo. O lançamento oficial da franquia será na feira da Associação Brasileira de Franchising (ABF) marcada para junho, em São Paulo. (R.O)

> "Queremos sair na frente no mercado de câmbio em todo o País"
>
> **ANDRÉ NUNES, PRESIDENTE DO GRUPO FITTA**

Leve a sério o que pode te surpreender um dia

Chegou o Guia da Saúde Familiar. Uma obra elaborada pelo mais renomado instituto europeu de medicina, o British Medical Association, com a supervisão da equipe de médicos do Hospital Israelita Albert Einstein

Uma coleção imperdível, com 17 livros ricamente ilustrados, que traz para você informações importantes sobre as doenças que mais afetam o dia-a-dia da sua família. Em cada volume você vai saber como reconhecer as doenças, os principais sintomas, formas de prevenir ou tratar, além de como seu estilo de vida pode influenciar sua saúde.

Receba em sua casa, com todo o conforto, mais este benefício da Editora Três aos seus assinantes.

Coleção completa, com 17 livros, apenas

4x de R$ 16,50

Ou R$ 66,00 à vista.

Você pagará R$ 3,88 por livro

Garanta a sua Coleção Guia da Saúde Familiar.

Acesse: www.assine3.com.br/gsf ou ligue: (11) 3618-4566, São Paulo. Outras Capitais: 4002-7334.
Demais Localidades: 0800-775-0098. De 2ª a 6ª, das 9h00 às 18h00. Sábado, das 9h00 às 15h00

Preço e condições exclusivas para pagamento com seu cartão de crédito ou débito em conta corrente

Você recebe os livros em 4 lotes: Lote 1 – Dor nas Costas, Stress, Asma, Indigestão e Úlcera. Lote 2 – Doenças do Coração, Osteoporose, Depressão, Intestinos. Lote 3 – Diabetes, Câncer, Cuidados com a Pele e Sol, Pressão Arterial. Lote 4 – Cuidados com a Mama, Tireóide, Alimentos e Nutrição, Cuidados com a Próstata, Menopausa e Reposição Hormonal. Atenção: a sequência de entrega dos livros eventualmente poderá sofrer alteração.

Exclusivo

"Vou ser o número 1 no Brasil e no mundo"

O fundador da Subway, Fred DeLuca, conta como pretende superar o McDonald's em número de lojas e ser a maior rede global de fast-food

RICARDO OSMAN

O QUE O AMERICANO FRED DeLuca diz é levado a sério nas altas rodas de negócios internacionais. Em 1965, aos 17 anos e com apenas US$ 1 mil no bolso, ele abriu a primeira loja da rede Subway nos Estados Unidos. Prometeu tornar a marca famosa e conseguiu. Hoje, a cadeia de lanchonetes tem 29.093 unidades espalhadas por 86 países. Um número fabuloso, já que o McDonald's, gigante do setor, possui 31,8 mil unidades ao redor do planeta. Em 2006, a diferença entre as duas redes era de quatro mil unidades. Neste ritmo, em breve, a Subway deverá ser anunciada como a nova "maior cadeia de fast-food do mundo" (em número de lojas), desbancando o McDonald's. Em termos de faturamento global, o McDonald's é líder incontestável: US$ 22,8 bilhões por ano, contra US$ 11 bilhões da Subway. No Brasil, a distância entre as duas redes é ainda maior. A Subway tem 141 lojas e o McDonald's, 554. Fred DeLuca diz que irá superar o McDonald's em número de lojas em 2010, embora ele tenha outros concorrentes por aqui, como o Bob's, que está em fase de forte expansão. Em entrevista concedida à DINHEIRO, o fundador e presidente da Subway, hoje com 60 anos, ressalta que a rede oferece "opções mais saudáveis de alimentação" ao consumidor moderno, por ter um cardápio com vários lanches frios. E avisa: "Vou ser o número 1 no Brasil e no mundo".

DINHEIRO – A rede Subway deve ultrapassar o McDonald's em número de unidades no mundo. O que levou a isso?
DeLuca – *Faz tempo que somos conhecidos no mercado como alternativa saudável para o tradicional e gorduroso fast-food. Há mais consumidores hoje interessados em um estilo saudável de vida. Daí surge o maior interesse pela marca Subway. Além disso, as franquias Subway são muito competitivas em termos de custos iniciais, equipamentos necessários e espaço exigido para a instalação da loja. Temos um sistema operacional testado e aprovado. Mas não olhamos para outras marcas para saber como estamos indo. Em vez disso, nós olhamos as oportunidades para a nossa marca e nossas unidades franqueadas. Queremos levar a experiência Subway para consumidores de todo o mundo.*

O BRASIL ESTÁ ENTRE OS DEZ MAIORES MERCADOS PARA A SUBWAY

O que significará para a Subway ser a maior cadeia do mundo do ramo de alimentação?
Nós pretendemos ser o número 1 não apenas em número de restaurantes abertos, mas também de consumidores satisfeitos em todos os mercados em que atuamos. Isso será uma tremenda realização, mas quando atingirmos este marco não iremos parar por aí. Continuaremos a desenvolver produtos que os clientes desejam e a oferecer excelente serviço nas lojas.

Qual a participação do Brasil nesse contexto? A que ritmo a rede cresce por aqui?
O Brasil é um dos dez mais importantes mercados do mundo para a marca Subway. Nossa expectativa é de que seja o maior mercado dentro da América Latina e do Caribe. Nós

“SEREMOS O NÚMERO 1 NÃO SÓ EM NÚMERO DE RESTAURANTES, MAS TAMBÉM DE CONSUMIDORES SATISFEITOS”

FRED DELUCA,
presidente mundial da Subway

temos a expectativa de ter o mais alto ritmo de crescimento, nos próximos anos, entre todas as redes instaladas no Brasil. Há muitos sinais positivos na economia brasileira, tanto agora quanto no futuro. Além disso, oferecemos um negócio de baixo investimento em relação a outras marcas de franquias do ramo de alimentação. O que significa que a oportunidade de se tornar um franqueado da Subway está ao alcance de um número maior de pessoas. Nós temos um grande time de franqueados no País e de executivos para ajudar a acelerar nosso crescimento e sucesso no Brasil.

NÚMEROS DO MACDONALD`S

Faturamento global	**US$ 22,8 bilhões**
Faturamento no Brasil	**R$ 2,5 bilhões**
Lojas no mundo	**31,8 mil**
Lojas no Brasil	**554 unidades**
Funcionários no mundo	**1,6 milhão**
Funcionários no Brasil	**34 mil**
Países	**100**

Fonte: Empresa

Nessa corrida, as características dos produtos são fundamentais. A Subway oferece saladas e lanches frios, montados pelo cliente. Como isso contribui para o avanço da rede?
O que a Subway oferece são opções aos clientes. Se o cliente desejar ter alguma coisa mais saudável, vai achar. Se quiser algo, talvez não tão saudável, ele poderá encontrar também. A obesidade já é uma preocupação em muitas partes do mundo e estamos orgulhosos por oferecer uma pequena parte da solução do problema, proporcionando opções mais saudáveis aos consumidores.

Quais características do modelo de franquia da Subway permitem um avanço tão rápido ao redor do mundo?
Basicamente, os baixos custos iniciais da franquia e a capacidade de adaptar o modelo a vários lugares. Nós somos capazes de levar o conceito Subway para onde as pessoas estão, em localizações não tradicionais, como universidades e aeroportos. Nós temos também a sorte de atrair excelentes franqueados, pessoas com espírito empreendedor que desejam ter o próprio negócio. Além disso, embora nosso menu principal seja basicamente o mesmo, há opções de produtos adaptados para cada mercado, de modo a satisfazer o paladar local.

A COMIDA SAUDÁVEL É A PRINCIPAL VANTAGEM DA REDE, DIZ DELUCA

Em 1995, a Subway desembarcou no Brasil, por meio de um master-franqueado, mas não foi bem-sucedida. Em 2003, a empresa retomou a expansão, desta vez comandando diretamente as operações. Recentemente, houve novas mudanças na direção no País. O que isso significa?
Nós temos uma tremenda equipe de agentes de desenvolvimento e franqueados no Brasil e estamos ansiosos para avançar no País. Nós estamos também olhando para pessoas que desejam se juntar ao nosso time e crescer conosco. Podemos afirmar que estamos engajados no desenvolvimento do Brasil e, como parte desse engajamento, estamos abrindo um novo escritório da empresa em Curitiba, que irá gerar novos empregos para a comunidade local e oferecer melhor serviço e suporte aos nossos franqueados.

Qual a perspectiva para o Brasil?
Nós temos planos de ter 265 restaurantes abertos no Brasil até o fim de 2008 e esperança de passar o McDonald's (atualmente com 554 restaurantes) no Brasil em 2010. Nosso plano é ser o número 1 no Brasil e no mundo.

NÚMEROS DA SUBWAY

Faturamento global	**US$ 11 bilhões**
Faturamento no Brasil	**R$ 129 milhões**
Lojas no mundo	**29.093**
Lojas no Brasil	**141 unidades**
Funcionários no mundo	**300 mil**
Funcionários no Brasil	**1,3 mil**
Países	**86**

Fonte: Empresa

Web Imagens Notícias Orkut Grupos Gmail mais ▼ iGoogle | Efetuar login

Eugenio

Google™

Tecnisa

Pesquisa Google Estou com sorte

Pesquisa avançada
Preferências
Ferramentas de idiomas

Pesquisar: a web páginas em português páginas do Brasil

A estratégia on-line da Tecnisa reconhecida pelo Google

A estratégia de links patrocinados da Tecnisa, criada em parceria com a agência Mídia Digital, acaba de ser reconhecida pelo Google como **a melhor do mundo** no segmento imobiliário. Essa é mais uma prova de que a Tecnisa é uma empresa que tem vocação para inovação e que acredita na internet como um poderoso instrumento de comunicação e, sobretudo, de resultados.

www.**tecnisa**.com.br

TECNISA

Mais construtora por m²

FOTO: ROGÉRIO ALBUQUERQUE/AG. ISTOÉ

TODA SEGUNDA-FEIRA Nadir Moreno, 38 anos, presidente da UPS do Brasil, reúne os subordinados mais graduados para um café da manhã no quartel-general da empresa em São Paulo. Nesses encontros são discutidas as prioridades e o que será feito para viabilizá-las. A agenda semanal da executiva inclui ainda visitas às demais unidades da empresa espalhadas pelo País, além de reuniões com clientes estratégicos como o Grupo Vicunha, o Friboi e a Vale. No total, são 19 empresas atendidas diretamente por ela. Essa verdadeira maratona, repetida religiosamente desde que ela assumiu o cargo, em junho de 2007, tem se mostrado eficaz. É que apesar de atuar em um mercado bastante pulverizado e sob constante pressão de competidores globais, como a DHL e a Federal Express (que no Brasil são maiores que a UPS), a filial da UPS vem mantendo um ritmo anual de crescimento na faixa de 17%. Fruto direto de uma gestão que privilegia o contato pessoal e o desenvolvimento de serviços sob medida. "Os clientes nos vêem como parceiros e não apenas prestadores de serviço", destaca Nadir. Um bom exemplo dessa política é o que está sendo feito com a Iódice. Como as peças têm de chegar prontas para ser usadas nos desfiles em Nova York (EUA), por exemplo, a UPS desenvolveu embalagens específicas para acomodar vestidos e blusas da grife, sem amassá-los.

> "Os clientes nos vêem como parceiros e não apenas prestadores de serviço"
>
> **NADIR MORENO, PRESIDENTE DA UPS**

A executiva também vem explorando ao máximo a sinergia entre as diversas divisões do grupo que têm filiais no País, como a UPS Financial. "Além do transporte estamos oferecendo linhas de financiamento para os

Encomenda sob medida

A UPS enfrenta concorrentes bem maiores, como DHL e Fedex. Por isso, aposta em serviços personalizados

produtos comprados nos Estados Unidos", conta Nadir. Essa vertente tem se mostrado importante em função do aumento da demanda pela importação de peças, máquinas e equipamentos. **O movimento de ingresso de mercadorias no Brasil já colabora com 60% da receita total da empresa de logística.** No ano passado, foram feitas 25 operações desse tipo, que somaram US$ 30 milhões. Trata-se de um filão importante, especialmente em um mercado que está em franco processo de consolidação. Apesar de não poder revelar números de faturamento ou o investimento feito pela filial, a presidente da UPS diz que uma das marcas de sua gestão será o fortalecimento das operações locais. Isso significa dizer que a companhia pretende partir para aquisições? Nadir desconversa: "Ainda estamos finalizando o plano de ação para submeter à matriz, em Atlanta".

O PODER DA UPS NO MUNDO

Faturamento: **US$ 49,7 bilhões**
Nº de funcionários: **425,3 mil**
Nº de encomendas entregues em 2007: **4 bilhões**
Frota terrestre: **93.637 (entre motocicletas, carros, vans, caminhões e tratores)**
Frota aérea: **268 aviões próprios e 311 fretados**

Fonte: empresa

Primeira mulher a ocupar o cargo, Nadir tem uma longa experiência no setor de encomendas expressas. Formada em direito, ela ingressou na UPS em 1993 e desde então galgou diversos postos aqui e no Exterior até chegar à presidência. Fato, por si só, digno de nota em um ambiente extremamente masculino como o setor logístico. Na UPS, contudo, ela não está sozinha. **As filiais do México e do Peru são comandadas por executivas. No Brasil, nada menos que 40% dos cargos de chefia têm mulheres como titulares.** No total, ela comanda 600 pessoas. A centenária UPS é, sem dúvida, uma empresa singular. Para entregar quatro bilhões de encomendas em 215 países, a companhia conta com uma frota de 93 mil veículos e 311 aviões, dos quais 268 próprios. Número que a coloca como a nona maior empresa aérea do planeta.

Rosenildo Gomes Ferreira

Os vinhos finos brasileiros começam a cair no gosto dos consumidores europeus e americanos – e as exportações explodem

Além das frontei

MÁRCIA VAISMAN

IMAGINE UMA REGIÃO SITUADA A MAIS DE 700 metros do nível do mar, onde a temperatura predominante gira em torno de 17º C. Imagine também que neste local o cultivo de parreira está em toda parte e o vinho tinto produzido ali começa a agradar os consumidores de diversos cantos do mundo. O mais surpreendente é que no rótulo desse vinho esteja grafada a seguinte frase: Made in Brazil. É na Serra Gaúcha que a maioria dessas vinícolas está localizada. No ano passado, 31 vinícolas – das quais 90% concentram-se na Serra – exportaram 50 milhões de litros de vinhos finos, somando quase US$ 2,4 milhões em exportações para países como Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha, República Tcheca e, mais recentemente, Japão. A Ásia é o próximo mercado em que essas empresas querem fincar suas bandeiras. Somando todas as qualidades de vinho exportadas, o Brasil fechou 2007 na casa dos US$ 4 milhões. Atualmente, 85% da produção brasileira é de vinhos de mesa. Mas os produtores estão de olho na qualidade e querem ser reconhecidos pelo alto valor agregado de seus produtos. Se comparado a países como França – que exporta 48 milhões de hectolitros por ano –, o volume ainda é incipiente. No entanto, **a participação do vinho fino nacional no mercado internacional apresenta crescimento de quase 200% desde que as exportações oficialmente tiveram início, em 2002.** Na ocasião, seis vinícolas uniram-se, com o apoio do Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) e da Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos (Apex), a fim de prospectar os clientes estrangeiros e montaram o projeto Wines from Brazil. "A idéia é potencializar a exportação do setor", afirma o gestor do programa pela Apex, Marcos Soares. A Apex subsidia parte do orçamento destinado à participação em feiras e eventos no Exterior. Para os próximos dois anos, estão previstos investimentos de R$ 3,8 milhões, dos quais a agência entra com R$ 1,8 milhão. Com es-

BRINDE GAÚCHO: Boscato (à esq.), da vinícola Boscato, e Brandelli, da Don Laurindo, querem expandir exportação sem perder qualidade

ras da Serra Gaúcha

tas ações, até 2009, a indústria pretende exportar US$ 5 milhões.

Miolo e Aurora estão entre as poucas empresas de porte médio que participam desta empreitada. A maioria é microempresa. De olho no mercado externo, a Miolo investiu, nos últimos oito anos, R$ 90 milhões. Até 2012, a vinícola pretende produzir 12 milhões de litros de vinho. Em 2007, eles ficaram na casa dos 6,5 milhões de litros, registrando faturamento de R$ 70 milhões. Desse montante, US$ 1,2 milhão veio da exportação. Nesse campo, a Aurora é mais experiente. Na década de 90, a empresa chegou a exportar US$ 15 milhões, representando 97% das vendas externas totais do produto. "A mudança no perfil do consumidor, que antes preferia o vinho branco, nos obrigou a readaptar nossos vinhedos para voltar a exportar", explica o superintendente da Aurora, Alem Guerra. No ano passado, a vinícola exportou US$ 800 mil só de vinhos finos. Esse valor representou apenas 1% do faturamento da empresa.

Para melhorar a qualidade do vinho nacional, **alguns empreendedores recebem a ajuda do Sebrae, que pretende investir, até 2010, R$ 2,5 milhões, beneficiando 600 empresas.** Outras empresas acabaram aderindo ao Wines from Brazil porque foram procuradas diretamente pelo importador. Foi o caso da Boscato. "Sentimos necessidade de ampliar o nosso escopo e com eles conseguimos participar de feiras no Exterior, reduzindo nosso custo em até 40% por participação", explica Clóvis Boscato, proprietário. Entre seus consumidores estão República Tcheca e Alemanha. A vinícola tem capacidade de produzir 400 mil litros por ano e comercializa cerca de 280 mil litros por ano.

França e Itália são os principais alvos da Don Laurindo, vinícola que produz 150 mil garrafas por ano. "Qualidade para competir nós temos. Falta apenas conseguir mostrar nosso produto", afirma o diretor Ademir Brandelli. Com faturamento anual de R$ 3 milhões, a empresa quer destinar 20% de sua produção para a exportação. Mas não quer ampliá-la. "Somos uma empresa familiar. Meu pai, Laurindo, aos 77 anos, até hoje trabalha no cultivo dos vinhedos. Queremos ser conhecidos pela qualidade e não pela quantidade." Sonho de todos esses empreendedores, tanto no mercado externo como no interno. $

Ninguém cresceu como a italiana Iveco no setor de caminhões. O desafio, agora, é mostrar que pode seguir nessa trilha

Como mante

ROSENILDO GOMES FERREIRA

A HISTÓRIA DA IVECO DO BRASIL, fabricante de caminhões do Grupo Fiat, pode ser dividida em duas partes. A primeira, conhecida como a fase de consolidação, durou de 1998 a 2006. Nesse período, a companhia ergueu uma fábrica em Sete Lagoas (MG) e estruturou uma pequena rede de revendas. Agora, a Iveco quer deixar de ser uma mera coadjuvante e fazer valer por aqui o peso de quem é a terceira maior montadora da Europa. O combustível dessa mudança de postura foi o fantástico crescimento da filial. Em 2007, as vendas avançaram 119% para o patamar recorde de 5.313 unidades. O ritmo se manteve frenético nesse ano, com a comercialização de 2.225 caminhões no período janeiro-março. "A empresa vive um momento de ouro em sua história no Brasil", destaca Orlando Merluzzi, diretor de desenvolvimento e gestão da Iveco. A questão para a Iveco é a seguinte: como manter esse ritmo de crescimento? Afinal, a base de comparação era pequena e, daqui para a frente, ganhar pontos no mercado ficará cada vez mas difícil. Hoje, a montadora ainda se mantém na rabeira de um ranking no qual se destacam Volkswagen, Mercedes-Benz e Scania. Para sair do segundo pelotão, a direção da Iveco pretende pisar fundo no acelerador. **O plano desenhado com a bênção da matriz possui quatro pilares: duplicação da capacidade produtiva, revisão radical da estratégia de marketing, lançamento de novos modelos e aumento do número de concessionárias.** Com esse pacote, que exigirá o desembolso de R$ 375 milhões, ela espera ganhar até dois pontos percentuais por ano, no período 2008-2010.

NO VAREJO: *Merluzzi, diretor, busca parceiros para ampliar número de concessionárias*

A expansão da linha de veículos pesados (Eurocargo, Stralis e Cavallino), para 60 unidades por dia, custará R$ 100 milhões.

SOBE E DESCE NA BOLÉIA

Quem ganhou e quem perdeu no mercado de caminhões*

	2000	2007	
Volkswagem	22,2%	30,5%	↑
Mercedes-Benz	37,2%	29,7%	↓
Ford	17,2%	19,8%	↑
Scania	9,1%	6,8%	↓
Volvo	6,8%	8,3%	↑
Iveco	1,7%	4,4%	↑

*Participação no segmento acima de 5 toneladas

lecimento da marca na cabeça dos consumidores.

E isso, a direção da Iveco espera conseguir com a criação de uma equipe de Fórmula Truck (considerada a principal vitrine do setor), a participação na Agrishow e em outras feiras agropecuárias (segmento econômico que está puxando a venda de veículos pesados), além da elevação do número de revendas. Hoje, são apenas 55 concessionárias e 10 pontos de atendimento. Montante bem inferior ao da líder Volkswagen, que tem 147 pontos-de-venda. "Vamos chegar a 126 unidades até o final de 2010", estima o diretor Merluzzi. Para atingir essa meta, o executivo está buscan-

r a dianteira

Hoje, a planta de Sete Lagoas opera no limite, com três turnos. As obras acabam em janeiro de 2009. Até lá, a montadora vai administrar a lista de espera de até 120 dias. Não está descartada, contudo, a importação de determinados modelos. Para os analistas, a empresa italiana não poderia ter escolhido hora melhor para acelerar no Brasil. "O mercado emite sinais de que deve se manter aquecido pelos próximos três anos", estima o consultor Juliano Alquati, diretor da CSM Worldwide. "Com isso, a Iveco poderá amortizar em um tempo menor o capital aplicado", completa ele. Como as concorrentes não estão paradas, a direção da Iveco sabe que o crescimento sustentado no longo prazo depende também do fortalecimento da marca na cabeça dos consumidores.

NA PISTA: *com o Stralis (acima), a Iveco participa da versão 2008 do campeonato de Fórmula Truck, o maior evento do setor*

E isso, a direção da Iveco espera conseguir com a criação de uma equipe de Fórmula Truck (considerada a principal vitrine do setor), a participação na Agrishow e em outras feiras agropecuárias (segmento econômico que está puxando a venda de veículos pesados), além da elevação do número de revendas. Hoje, são apenas 55 concessionárias e 10 pontos de atendimento. Montante bem inferior ao da líder Volkswagen, que tem 147 pontos-de-venda. "Vamos chegar a 126 unidades até o final de 2010", estima o diretor Merluzzi. Para atingir essa meta, o executivo está buscando atrair grupos empresariais de grande porte e com tradição no setor automotivo. **Quem já assinou com a Iveco foi o Grupo Itavema, maior concessionário Fiat do País e que fatura R$ 6 bilhões. "O segmento de caminhões deverá adicionar R$ 100 milhões à nossa receita", projeta Mário Sérgio Moreira Franco, presidente do Grupo Itavema.** Franco conta que a rede atuará no interior de São Paulo (Ribeirão Preto, Araraquara e Bauru). Movimento semelhante está sendo feito nas regiões Norte e Nordeste por outros investidores. No total, esses empreendedores deverão desembolsar R$ 400 milhões, incluindo instalações, estoque e capital de giro.

O figurino sedutor da DeMillus

A MAIOR FABRICANTE DE LIN QUE DEIXA MUITO GESTOR

ADRIANA MATTOS

PENSE EM UMA EMPRESA familiar, gerida por um executivo de mercado, mas com um fundador que gosta de dar palpites no negócio. Nela, a operação é totalmente verticalizada. A terceirização é mínima. Para completar, a maior parte de suas vendas acontece no porta a porta, num mercado em que a mercadoria que fabrica pode ser achada facilmente em camelôs e lojas populares. Se uma operação como essa caísse nas mãos de qualquer consultoria em gestão, não sobraria pedra sobre pedra. Maior fabricante de lingeries do Brasil, a DeMillus segue a cartilha das anti-regras do mundo corporativo brasileiro. Diz que não mexe em time que está ganhando. Entre 2004 e 2008, o faturamento bruto terá pulado de R$ 173 milhões para mais de R$ 320 milhões – alta de 85%. O total de revendedoras de produtos da marca, que obtém 70% de sua receita por meio da venda direta, saltou de 70 mil para 120 mil pessoas no mesmo período. "Estamos bem como estamos. A meta é crescer 25% em 2008", diz Abdalla Haddad, neto de imigrante sírios e presidente da empresa desde 2002. A Marcyn, sua concorrente direta, tem 90 mil revendedoras e fatura bem menos, cerca de R$ 70 milhões ao ano. Vice-líder no segmento, a Duloren vende R$ 170 milhões anuais. Com

GERIES DO BRASIL ADOTA UM MODELO DE NEGÓCIO DE CABELO EM PÉ. E NÃO É QUE TEM DADO CERTO?

20% do mercado, a DeMillus faz o errado parecer certo.

Numa das unidades do grupo, na zona norte do Rio de Janeiro, a linha de produção e o escritório "conversam" o tempo todo. **Lá, a linha de frente da empresa pode acompanhar, em tempo real, o que acontece na fábrica. Isso agiliza a tomada de decisões. E coloca o presidente, literalmente, dentro da linha de overloques.** Nos mais de 300 mil metros quadrados de suas três plantas fabris, produz-se do colchete usado no sutiã ao fio de náilon das calcinhas. Apenas 5% do material utilizado em suas peças é comprado de fornecedores externos. O alto custo de manutenção dessa estrutura própria, na visão da companhia, é motivo de orgulho. "Ganhamos em qualidade e a escala compensa esse gasto. Se isso aqui fosse uma 'fábrica-butique', aí seria suicídio", brinca Haddad. São 44 milhões de peças vendidas por ano (120 mil por dia), num mercado altamente informal. Quem não desgruda os olhos de cada movimento da empresa é o seu fundador, o octagenário Nahum Manela, filho de poloneses e presidente do conselho de administração. O empresário não encarna o papel do criador-rico-aposentado, que acompanha só com o rabo de olho o que acontece nos corredores da indústria. Ele é apaixonado pelo negócio. "Nas empresas familiares brasileiras, há uma relação de amor entre criador e criatura", diz Eduardo Najjar, do núcleo de estudos de empresas familiares da ESPM.

HELCIO NAGAMINE/AG. ISTO É

HADDAD, O PRESIDENTE, NA FÁBRICA DA EMPRESA NO RIO:
"Estamos indo muito bem fazendo tudo do nosso jeito"

44
milhões
é o volume anual de peças vendidas pelo grupo ao ano no País. São 120 mil unidades comercializadas por dia

Num cenário desse, em tempos de governança corporativa, entende-se quem satanize tal estrutura. "**Essas empresas acertam porque gastam muito em lançamentos com um agressivo marketing de guerrilha. Choque de gestão mesmo, só quando a fábrica pega fogo**", ironiza um representante setorial, referindo-se ao incêndio na Duloren, em 1997. Nos últimos cinco anos, esse setor mudou muito. Os donos do mercado, para se diferenciar dos produtos "made in China", tiveram que investir mais para explorar a categoria de itens com maior valor agregado. A Duloren lançou uma linha de lingeries eróticas no final de 2007. Na DeMillus, a estratégia foi semelhante, com o recente lançamento de sua coleção "erótico-chique". Quem compra a nova colônia da marca leva uma calcinha fio-dental por R$ 2,99. Se incluir nessa conta R$ 1, a cliente ganha uma liga para a perna. Tudo de muito bom gosto, jura a empresa.

E o KA sumiu...

O NOVO VEÍCULO DA FORD É UM SU

MÁRCIA VAISMAN

NA CAMPANHA de lançamento do novo Ford KA, veiculada desde a semana passada, o consumidor sonha com um carro de design arrojado e compacto, mas ao acordar, esse modelo desaparece do suposto local onde deveria encontrar-se estacionado. O mote da campanha mostra que finalmente a montadora realiza os desejos de seus clientes oferecendo a eles o novo KA. No entanto, sem querer, a realidade da Ford imitou a fantasia veiculada na propaganda. Desde que foi oficialmente lançado, está difícil encontrar uma unidade de pronta entrega. **A procura foi tanta que praticamente não há modelos disponíveis e as filas de espera, em algumas concessionárias, chegam a 180 dias**, conforme apurou a revista *Motor Show*. É verdade que a facilidade de obter crédito tem aumentado a demanda por veículos zero quilômetro e as filas, de maneira geral, ocorrem em todas as montadoras (veja quadro ao lado). Mas em nenhuma delas o prazo é tão estendido. Afinal, o que aconteceu e até que ponto esta demanda exacerbada traz conseqüências positivas para o mercado?

"O excesso de procura no mercado nunca é bom porque gera aumento de preço", diz o diretor da CSM Worldwide para a América do Sul, Paulo Cardamone. A Ford jura que não vai aumentar o valor de venda do KA, cujo preço começa em R$ 25.190. Mas admite que não esperava essa demanda e acabou por lançar no mercado o novo modelo

A ESPERA NAS CONCESSIONÁRIAS

Prazos de entrega para modelos populares

Ford	Ka (todos os modelos)	De 45 a 60 dias
Chevrolet	Celta 1.0/ Corsa1.0 Corsa Classic 1.0/	De 30 a 40 dias
Volkswagen	Gol 1.0/ Fox 1.0	De 30 a 40 dias
Renault	Clio 1.0	De 9 a 15 dias
Fiat	Uno Mille/ Palio 1.0	De pronta entrega a 10 dias
Peugeot	Peugeot 206 1.4	Pronta entrega

FONTE: MONTADORAS

JORGE CHEAR, DA FORD: *para a montadora, o prazo de entrega é menor do que dizem as concessionárias e gira entre 45 dias e dois meses*

FOTO: DANIEL WAINSTEN/AG. ISTOÉ

CESSO. MAS ISSO É BOM PARA A EMPRESA?

ainda no fim de 2007. Contudo, **sua produção só foi iniciada em escala industrial a partir de 23 de janeiro, após as férias coletivas e, em fevereiro, a Ford concluiu a produção mensal em 5,7 mil unidades. Em março, a fábrica atingiu o patamar desejado, que fica na faixa das sete mil unidades por mês. Todas vendidas.** A procura do novo modelo tem sido o dobro em relação ao modelo antigo, que girava em 3,5 mil unidades por mês. A assessoria de imprensa da marca revelou que nos primeiros dias de janeiro houve vários interessados que deram um sinal de entrada para reservar o modelo. Segundo o diretor de marketing da Ford para a América do Sul, Jorge Chear, em geral, as encomendas começam a aumentar no meio do ano. Por isso, a produção começou tímida para atingir seu pico em março e abril. No entanto, a empresa não admite tanta demora. "O prazo gira entre 45 dias e dois meses", pontua Chear. No mercado, 45 dias é o prazo médio de entrega para modelos mais procurados de outras marcas.

Com a produção em alta e a desistência de alguns clientes, Chear acredita que a fila de espera vai diminuir até o meio do ano. Só que nem todos os potenciais compradores do KA estão dispostos a permanecer fiéis à marca. É um risco comum a empresas com produtos de sucesso. A falta deles pode transformar o consumidor sedento por um produto da marca em um cliente insatisfeito com a empresa. Foi o que aconteceu com o analista de sistemas Ricardo Alexandre, que preferiu comprar um Celta semi-novo a esperar os 90 dias previstos pela concessionária. "As montadoras que têm capacidade para aumentar a produção acabam conquistando esta fatia de mercado do KA", ressalta Cardamone. E o crédito, que subiu, em média, de 32 meses para 42 meses, facilitou a aquisição para muitos clientes. "Mesmo com os juros absurdos, as prestações cabem nos bolsos de parte da população", revela Cardamone. Fica mais fácil sair do patamar básico e optar por modelos mais completos. Há três semanas, o professor Edenilson Silva deu sinal de R$ 2 mil e reservou o KA versão completa, que custa na faixa de R$ 35 mil. "Gosto do KA e a concessionária me deu garantia de pegá-lo em 90 dias. Por isso, vou esperar."

ARTE: ANDERSON CATTAI

O inventor de negócios

A FAMÍLIA **VERDI** LANÇOU VÁRIOS EMPREENDIMENTOS INÉDITOS NO PAÍS E ERGUEU UM GRUPO DE **R$ 5,5 BILHÕES**. AGORA, QUER INOVAR O LEASING

CLAUDIO GATTI/AG.ISTOÉ

NO ESCRITÓRIO OU NAS lojas de sua concessionária de veículos, o empresário Waldemar Verdi Júnior, 63 anos, só tem um assunto em suas conversas: o lançamento do leasing operacional de automóveis para pessoas físicas, um produto, segundo afirma, inédito no mercado brasileiro. Segundo ele, a novidade oferece aos motoristas uma quarta opção além da compra, do leasing tradicional e do aluguel de um carro. Além disso, é mais um item na já extensa coleção de negócios lançados em primeira mão por Verdi e seu pai, Waldemar Verdi, fundador e presidente do conselho de administração do grupo. Os dois inventores de negócios colocaram no mercado, em 1966, o primeiro consórcio de caminhões no Brasil. Foi necessário um ano para completar o grupo inicial e entregar o primeiro Mercedes-Benz. Depois de superar as dificuldades da estréia de uma atividade desconhecida do público, o consórcio de caminhões deslanchou e, desde então, a Rodobens entregou 150 mil unidades. Na década de 80, eles entraram no ramo imobiliário, criaram produtos pioneiros e recentemente abriram o capital da Rodobens Negócios Imobiliários. Ao longo dos anos, foram acrescentando novos empreendimentos ao portfólio do grupo. Surgiu a Rodobens Corretora de Seguros. Depois o Rodobens Banco e, por fim, a Green Automóveis, concessionária de veículos com 24 unidades espalhadas pelo País. É como

A trajetória da Rodobens

Inaugurada com o nome de Cirasa, a empresa abre uma concessionária de caminhões Mercedes-Benz em São José do Rio Preto, no interior de São Paulo

Já com o nome de Rodobens, a companhia lança no País o primeiro consórcio para caminhões. Desde então, mais de 150 mil unidades foram entregues

O grupo cresce e cria um setor imobiliário. Oferece aos clientes o consórcio de imóveis e, assim, aproveita o boom do mercado nos últimos dois anos

A empresa ab
rias Green Aut
los da Toyota,
Jeep, Dodge e

WALDEMAR VERDI JR.: *foi necessário um ano para completar o primeiro grupo do consórcio de caminhões*

um quebra-cabeça: as peças são diferentes, mas se encaixam perfeitamente. Há profunda sinergia entre as empresas, o que reduz os custos.

Assim, a família ergueu um conglomerado de R$ 5,5 bilhões, com sede em São José do Rio Preto, no interior paulista. "Agora, estamos apresentando ao mercado um produto que será muito bem-sucedido", diz Verdi Júnior. "E não vamos levar um ano para mostrar isso", brinca ele, referindo-se ao início do consórcio de caminhões. Segundo afirma, o leasing operacional para pessoa física é um produto de enorme complexidade para quem o desenvolve, mas de grande simplicidade para o cliente. O modelo lançado é inspirado no adotado nos Estados Unidos, que é bem recebido por profissionais liberais, executivos e empresários. Ao contrário do leasing tradicional, o usuário poderá, depois de 24 ou 36 meses de duração do contrato, devolver o carro à Rodobens. Isso permite à empresa calcular as prestações do leasing levando em conta, basicamente, o montante correspondente à desvalorização que o veículo terá no período de duração do contrato – já que vai ter o carro de volta. "O ponto vital deste processo está na capacidade que temos, pela larga experiência no ramo, de avaliar corretamente qual será o valor do carro no final do contrato", afirma Verdi Júnior.

Para facilitar a vida do cliente, o leasing é oferecido com serviço de manutenção do automóvel, licenciamento e seguro. "A mágica só acontece porque conseguimos ter ganhos em escala nestes serviços", afirma. Ele mostra cálculos feitos na ponta do lápis que são favoráveis a seu produto, na comparação com as opções que aqueles que utilizam carro têm no mercado. Entretanto, será o consumidor quem irá dar a palavra final neste caso – como em todos os demais de uma economia livre. Mas a idéia nova já está lançada. (R.O.)

re a rede de concessionáomóveis, que vende veícuMercedes-Benz, Chrysler, Volkswagen

Lança no mercado o leasing operacional de carros para pessoas físicas. O diferencial é que o cliente pode devolver o veículo no final do contrato

Além de reunir empresários e executivos, o Fórum de Comandatuba também atraiu a atenção de artistas em busca de contatos profissionais e apoios para projetos sociais

BRUNA LOMBARDI: a atriz (ao lado de Roberto Lima) participará de um vídeo institucional da Vivo

TODOS OS ANOS, durante quatro dias, o hotel Transamérica na Ilha de Comandatuba, Bahia, fica lotado de empresários e executivos de diversos setores econômicos do País. No mesmo período também é comum encontrar pelos corredores políticos de renome. Tudo isso acontece durante o Fórum Empresarial, promovido pelo Grupo de Líderes Empresariais (LIDE). Porém, nos últimos encontros, uma outra tendência vem se desenhando. É cada vez mais comum a presença de artistas, cantores e outras celebridades. Na última edição do evento, que ocorreu entre os dias 18 e 21 de abril, esse cenário não foi diferente. Ao lado de nomes como Roberto Lima, presidente da Vivo, Fernando Haddad, ministro da Educação, e Yeda Crusius, governadora do Rio Grande do Sul, entre outros, circularam personalidades como as atrizes Regina Duarte, Bruna Lombardi e as cantoras

R$ 300 MIL

é a média de quanto a cantora Ivete Sangalo cobra por cada apresentação

Encontro COM A ARTE

R$ 250 MIL

custa o show que Daniela Mercury (com João Doria) doou para o IAS

Ivete Sangalo e Daniela Mercury.

Promovido pelo LIDE e organizado pela empresa Doria Associados, **o fórum reuniu 320 CEOs, 11 governadores, três ministros, seis senadores e 15 deputados federais. Entre um debate e outro, cujo tema era "Educação Pública de Qualidade para um Brasil Melhor", as personalidades da música, da televisão e do teatro aproveitaram a oportunidade para fazer contatos profissionais e buscar apoio de empresas para projetos sociais.** A cantora Daniela Mercury, embaixadora do Instituto Ayrton Senna (IAS), usou o evento para levantar a bandeira da instituição. Durante o fórum a cantora ofereceu aos presentes um show no valor de R$ 250 mil, comprado pela Pepsico. O objetivo da cantora é reverter o valor da apresentação ao IAS, que, desde 1994, já beneficiou mais de 7,8 milhões de crianças com investimentos de R$ 161,7 milhões. "É uma forma de nós, executivos e empresários, participarmos de ações sociais importantes", declara José Talarico, vice-presidente jurídico da Pepsico para o Brasil. "Esse show será realizado no lançamento do projeto de nossa fábrica em Feira de Santana, na Bahia, que representa um investimento em torno de US$ 50 milhões, cujas negociações nasceram no fórum do ano passado."

Outro destaque do universo artístico durante o evento foi o show realizado pela cantora Ivete Sangalo – que cobra em média R$ 300 mil por apresentação – em comemoração dos 30 anos do Grupo Amil, empresa de medicina com faturamento de R$ 3,5 bilhões em 2007. "Trata-se de um filão importante. Os shows contratados pelas empresas representam 25% do nosso faturamento", revela Jesus Sangalo, empresário e irmão de Ivete. "Esses ambientes sempre rendem bons contatos profissionais para o futuro", enfatiza. Além da música, os artistas da televisão também fizeram sua parte. A atriz Regina Duarte, em parceria com a primeira-dama do Estado de São Paulo, Mônica Serra, conseguiu apoio para uma campanha de doação de cobertores. Resultado: em seis minutos foram doados 130 mil cobertores que serão destinados à Campanha do Agasalho. A atriz Bruna Lombardi, que irá participar de um filme institucional da Vivo em prol da educação, também foi ao evento em busca de apoio para futuros projetos.

R$ 130 MIL

cobertores foram arrecadados com o apoio de Regina Duarte (ao lado de Nizan Guanaes)

Parem as máquinas

Para conter a poluição antes dos Jogos Olímpicos, o governo chinês paralisará a economia que mais cresce no mundo

GUSTAVO GANTOIS

FOTO: AFP/GETTY IMAGES

OS ETERNOS CANTEIROS de obras que se espalham pelos cinco anéis centrais de Pequim vão parar a partir de 20 de julho. Por 60 dias, o governo chinês quer adormecer, à força, uma das economias que mais crescem no mundo. Assim, pretende reduzir a poluição que influenciará na realização dos Jogos Olímpicos. Indústrias localizadas na capital chinesa terão de interromper ou reduzir o seu ritmo de produção. E não haverá compensações pelas perdas. "Na hipótese de se verificarem condições meteorológicas extremamente negativas ou uma qualidade de ar muito ruim, vamos adotar medidas ainda mais rígidas", ameaçou Du Shaozhong, da Agência de Proteção Ambiental de Pequim. Com isso, fábricas como as petroquímicas Eastern Chemical e Yanshan Petrochemical e a empresa de energia Jingneng Thermal terão de suspender as operações durante os dois meses de competições. Indústrias de cimento e de extração de pedras também serão afetadas. **A maior e mais poluente siderúrgica de Pequim, a Shougang Steel, foi mais afetada. Terá de deslocar suas instalações para fora da capital até 2010.** "Ainda precisamos aguardar para saber se a produção e o consumo serão muito afetados", afirma Edward Meir, analista da consultoria britânica MF Global. "Por mais que os Jogos tragam dividendos, os custos dessa parada podem ser ainda mais altos."

TRÊS NA OLIMPÍADA 2008

Algumas empresas já começam a sentir o peso disso. A Unilever China e a Hitachi Construction Machinery foram multadas em US$ 160 mil e tiveram de limitar a produção para reduzir as emissões químicas. Não sem motivo. Há dez anos, Pequim registrava boa qualidade do ar em apenas 27% dos dias do ano. No ano passado, o índice subiu para 67%. Para alcançar esse resultado, foram investidos US$ 17 bilhões no combate à poluição e em torno de 200 empresas foram fechadas porque não cumpriam as normas. "É uma melhora, sim, mas queremos poder respirar um ar ainda mais limpo", diz Ren Longjiang, da Administração Estatal de Proteção Ambiental. "Em relação às empresas, no curto prazo, isso terá um custo para elas. Mas também vai acelerar o processo de utilização de uma tecnologia mais limpa e avançada." O Partido Comunista também anunciou que obrigará as empresas com ações na bolsa a publicar um "relatório verde" junto ao balanço anual. O documento deverá revelar se as companhias cumpriram metas de preservação do meio ambiente. As empresas ainda não listadas que quiserem entrar na bolsa terão de se adequar aos padrões de proteção ambiental estipulados pelo governo, sob pena de ter o IPO rejeitado. "É o preço que se paga por chamar a atenção do mundo", completa Edward Meir. S

Bradesco vivo BR PETROBRAS

Especial é fazer de um presente,
uma lembrança única de amor.

Super
Tulipas Clean

R$ 139,00

MAIO

Mês das Mães

Produto sujeito à disponibilidade. Frete sob consulta.

- Televendas (11) 2123 0600
- Aceitamos pedidos para entregas no dia
- Serviço de entrega expressa disponível na Gde SP
- Atendimento e entregas 7 dias por semana
- Aceitamos todos os cartões de crédito
- Cadastramos empresas
- Frete sob consulta
- Site rápido e seguro
- Informações mantidas em total sigilo
- Entregas em todo o Brasil

FLOWER
GALLERY

11 2123-0600

www.flowergallery.com.br

poder jovem da Daslu

Bernardino e Luciana, os filhos de Eliana Tranchesi, se unem à executiva Donata Meirelles para criar a 284, uma marca de roupa que será inaugurada em outubro

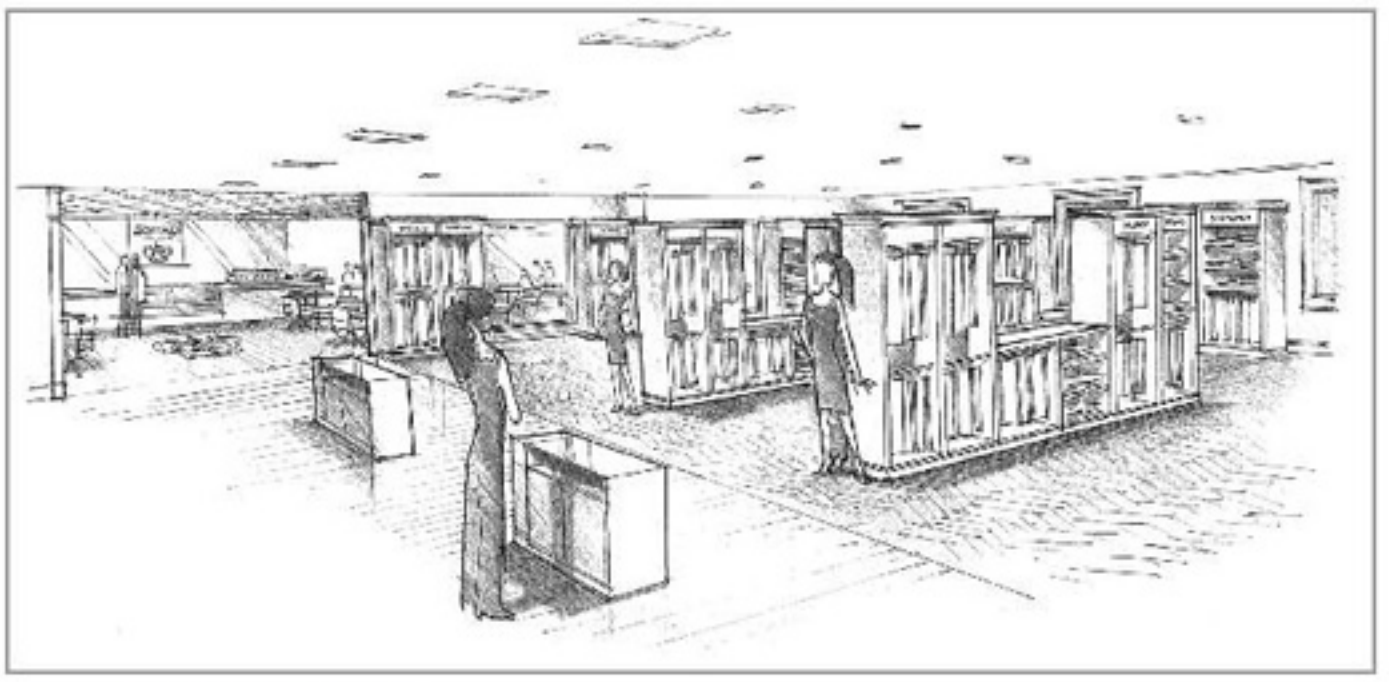
NAS FAMÍLIAS DE GRANDES EMPRESÁRIOS, a figura do pai é essencial na formação profissional dos filhos. Há, porém, algumas exceções. E na casa de Eliana Tranchesi, a dona da Daslu, essa exceção virou tradição. Lá, a inspiração profissional passa de mãe para filho. Eliana, por exemplo, começou a carreira no mundo da moda guiada por sua mãe, Lucia Piva de Albuquerque, a fundadora da butique. Agora chegou a vez de Eliana passar por uma sensação parecida. Seus dois filhos, Bernardino Tranchesi, 22 anos, e Luciana Tranchesi, 19, se preparam para seguir os seus passos. Os dois jovens, em sociedade com Donata Meirelles, fiel escudeira de Eliana e diretora de compras da Daslu, anunciaram um investimento de R$ 3 milhões na criação da marca de roupas 284. "Olho para eles e lembro de quando comecei", diz Elia-

FOTO: CLEIBY TREVISAN/AG. ISTOÉ

na, inflada de orgulho. A nova grife, voltada para o público jovem e que foi batizada com o número do antigo endereço da Daslu, na Vila Nova Conceição, em São Paulo, será lançada em outubro de 2008 na própria Daslu.

Na verdade, esse é apenas o primeiro passo. "Em 2009 abriremos mais duas lojas em São Paulo e uma no Rio de Janeiro", prevê Bernardino Tranchesi, ou simplesmente Dinho, como gosta de ser chamado. "Esperamos faturar R$ 15 milhões no próximo ano", completa. Ao contrário das outras marcas que estão na Daslu, a 284 virá com um estilo diferente. "Será um produto mais barato, porém com as mesmas qualidades das outras marcas de luxo da loja", explica Donata Meirelles, sócia no negócio. **A 284, que venderá roupas masculinas e femininas, terá camisetas, calças jeans, camisas, vestidos para festas e acessórios cujos preços variarão entre R$ 90 e R$ 800.** "Tudo está sendo planejado com detalhes. Além do calendário das quatro estações do mercado da moda, a 284 trará novidades a cada 15 dias", destaca Dinho.

A 284 funcionará em um espaço de 300 metros quadrados e fará parte do projeto Daslu Village Brasil, que será inaugurado no início de maio. Nesse espaço, que tem dois mil metros quadrados e será voltado ao público jovem, estarão reunidas 55 marcas, como Maria Bonita Extra, Cris Barros e Oakley, entre outras. "A estrutura da Daslu poderá contribuir para o sucesso da nova grife", analisa André Robic, diretor executivo do Instituto Brasileiro de Moda. "Porém, é importante que a marca faça um trabalho de construção de imagem desvinculado da Daslu", sugere. Para essa observação, os dois jovens empresários da moda têm uma resposta. "É claro que a figura da nossa mãe abrirá portas. Mas a 284 terá identidade própria", garante Dinho. "Da minha mãe, nesse novo projeto, só prevaleceram as características genéticas", brinca. $



REUNIÃO DOS SÓCIOS: *Luciana, Donata (sentada) e Dinho investirão R$ 3 milhões no lançamento da 284. A grife funcionará no futuro espaço Daslu Village Brasil (acima), que reunirá outras 54 marcas*

284

João Carlos Godoy

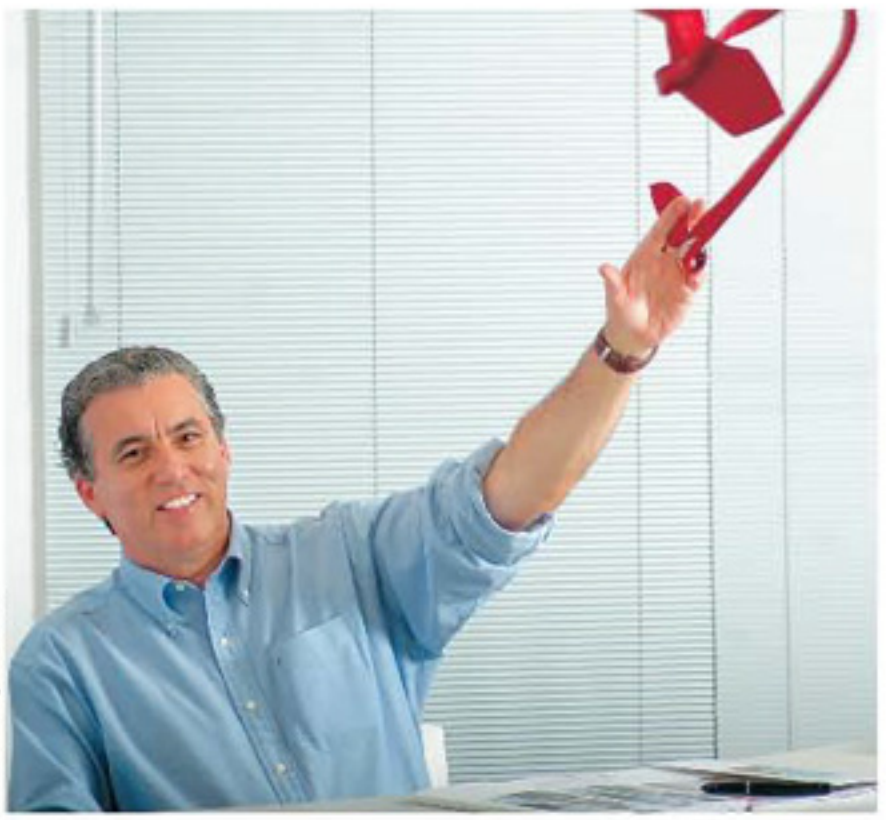
Executivos desatam o nó

A gravata, símbolo do mundo corporativo, começa a perder espaço nas empresas

PRISCILLA PORTUGAL

NICKOLAS SUZUKI, DE 28 anos, se sentiu como um peixe fora d'água no dia em que começou a trabalhar no site Apontador, em abril de 2007. Vindo de uma tradicional editora, chegou na empresa que fornece mapas e rotas na internet com os trajes com os quais estava acostumado a trabalhar: terno bem cortado, camisa lisa e um nó de gravata impecável. Bastou pisar na recepção para ser avaliado da cabeça aos pés. "Eu, particularmente, gosto de usar terno e gravata, mas quando resolvo vir assim ao trabalho o pessoal estranha", diz Suzuki. O terno pode até ser tolerado, mas a gravata não tem espaço na empresa. E isso não é uma particularidade do setor de tecnologia. Cada vez mais, a peça do vestuário que é considerada um dos maiores símbolos do mundo corporativo perde espaço nas empresas. "Gostaria que todos nos libertássemos da escravidão de usar terno e gravata", conta Edson Rodriguez, vice-presidente da consultoria Thomas International do Brasil. "Mas sei que isso não é um privilégio de todas as áreas profissionais."

Os setores de advocacia e financeiro são os mais rígidos em relação ao "uniforme" de trabalho. Mas aos poucos o cenário dentro das empresas vai mudando. Alguns escritórios já toleram as roupas casuais nas sextas-feiras e bancos de investimentos e seguradoras fazem suas exceções. É o caso da seguradora americana Marsh & McLennan, que instituiu pelo quinto ano consecutivo, no Brasil, o chamado *Casual Summer*, no qual é possível se vestir mais à vontade no verão. Na empresa de elevadores Atlas Schindler, por sua vez, a experiência vale o

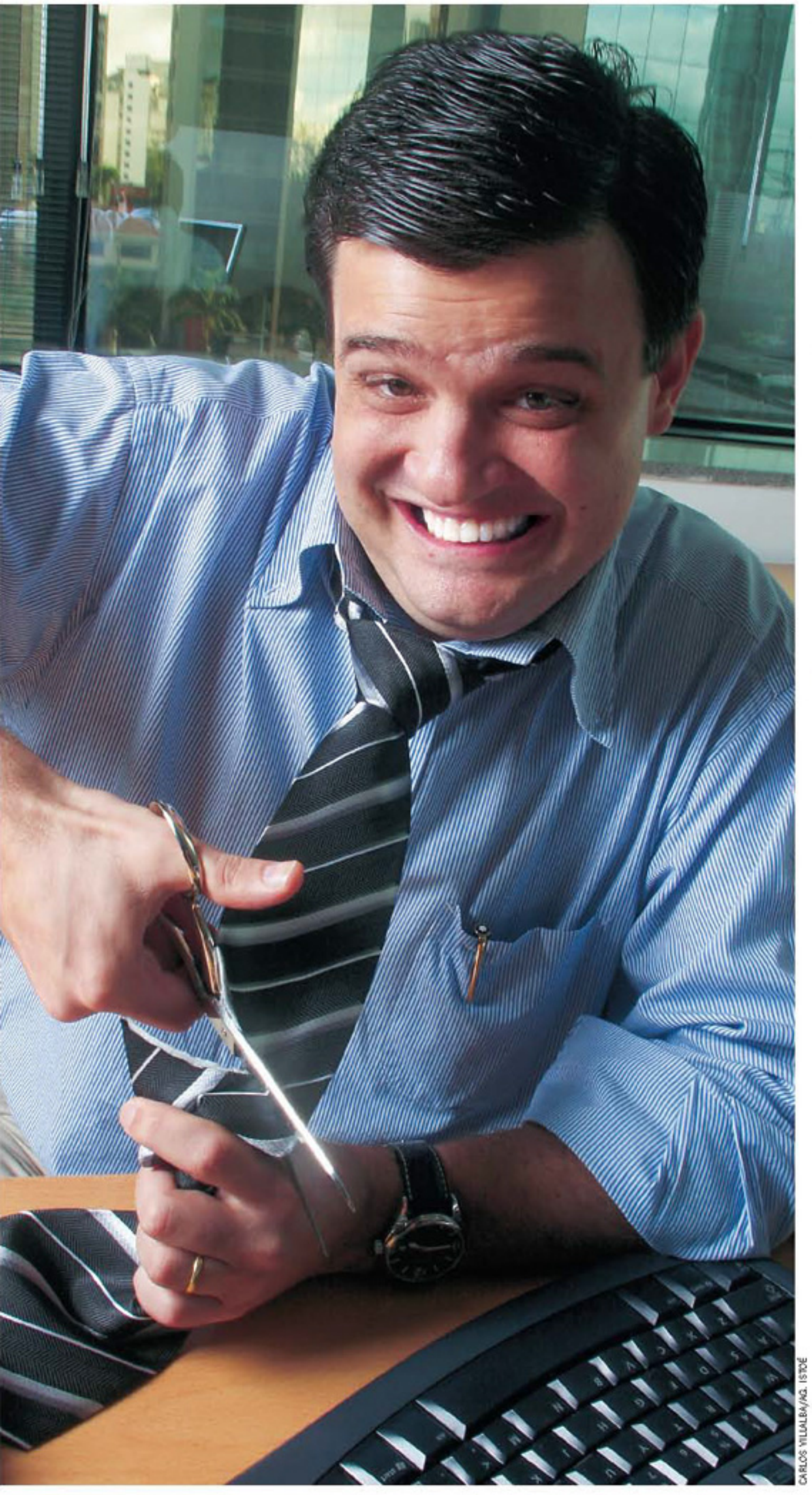


KARINE XAVIER/AG. ISTOÉ

> *"A satisfação de nossos funcionários, clientes e fornecedores aumentou depois que nos livramos da gravata"*
>
> **JOSÉ LUSQUINOS, DIRETOR DA ATLAS SCHINDLER**

> *"Acabando com o uniforme, você deixa de robotizar as pessoas e conhece o estilo delas"*
>
> **ANDERSON GASPAR, DA MICROSOFT**

WELLINGTON/AG. ISTOÉ



CARLOS VILLALBA/AG. ISTOÉ

ano inteiro. "Isso aumentou a satisfação dos funcionários e, com o tempo, até nossos fornecedores e clientes passaram a se libertar da gravata", lembra José Lusquinos, diretor da empresa. Afinal, o Brasil é um país tropical. Mais: além de trazer satisfação aos funcionários, os trajes mais descontraídos servem como um espelho para decifrar suas personalidades. "Acabando com o uniforme, você deixa de robotizar as pessoas e conhece o estilo delas", explica Anderson Gaspar, executivo de vendas da Microsoft.

Pode parecer piada, mas, em regiões fora do eixo Rio/São Paulo, o uso da gravata tem uma conotação esnobe. "Alguns clientes enxergam como sinal de arrogância", diz Marcelo dos Santos, diretor da Datasul para a América Latina. Nas áreas de comunicação, de eventos e de informática, o uso do terno e da gravata pode ser mais nocivo ainda. "Vestido por jovens de até 40

> "Fora do eixo Rio/São Paulo, o uso da gravata prejudica o relacionamento com os clientes"
>
> **MARCELO DOS SANTOS, DIRETOR DA DATASUL**

anos, ele é sinal de caretice, rigidez e inflexibilidade, tudo o que o mercado não quer", conta Robert Janssen, consultor na área de Tecnologia da Informação do Programa de Promoção da Excelência do Software Brasileiro. **Porém, antes de comemorar, saiba que aderir ao traje informal pode não ser tão prático quanto parece. "É muito mais fácil colocar terno, camisa e gravata do que ficar pensando em grandes combinações", lembra Ellen Baraldi, consultora de moda.** Além disso, é preciso conhecer bem a empresa na qual se trabalha. "A apresentação pessoal é composta por vários itens: barba bem feita, cabelos e unhas bem cortados", diz Adriano Araújo, vice-presidente do grupo Foco, consultoria especializada em recursos humanos. "O uso da gravata nunca é um pecado. Já a falta dela, ao menos em um primeiro contato, pode ser."

As jóias de Onassis

DESTAQUE: *com 38 quilates de diamantes, o colar de Christina (acima) vale US$ 4,3 milhões*

A casa de leilões Christie's põe à venda diamantes da coleção pessoal de Christina Onassis

DANIELLE SANCHES

A ABASTADA VIDA DE HERdeira de um dos maiores magnatas do século 20 era tudo o que Christina Onassis (1950-1988) conhecia. Filha de Tina Livranos com o armador grego Aristóteles Onassis – um dos homens mais ricos do mundo na década de 60 –, a garota viveu em um mundo à parte desde pequena. Aos dois anos, batizou o maior navio de cargas do mundo, o Tina Onassis, com uma garrafa de champanhe. Aos cinco, assistiu de perto ao casamento de Grace Kelly com o príncipe Rainier, em Monte Carlo, e, durante boa parte de sua vida, freqüentou os grandes eventos que movimentaram o jet set internacional. Portanto, não é de se admirar que a herdeira da maior fortuna de sua época investisse em sua imagem – o que incluiu montar uma coleção de jóias absolutamente estonteantes. Pois é parte desse importante acervo que estará no leilão de jóias da Christie's, em Londres, no dia 11 de junho.

BRILHO: *confeccionado em diamantes, ele vem com um pingente de safira e vale US$ 299,2 mil*

EXUBERÂNCIA: *produzido pela Van Cleef e Arpels, este colar de diamante e rubis está avaliado em US$ 79,7 mil*

Serão ao todo 45 peças que ilustram a vida de luxo de Christina. A mais aguardada é o colar de diamantes com um pingente central, formado por uma gema em formato de pêra, que possui 38 quilates. Com valor estimado em 2,2 milhões de libras (cerca de US$ 4,3 milhões), a pedra é considerada pela Christie's "internamente perfeita". A venda dos diamantes acontece em um momento particularmente favorável para a comercialização desse produto. "Diamantes coloridos e com qualidade são cada vez mais raros no mercado", disse à DINHEIRO Alexandra Kindermann, relações-públicas da Christie's. "Isso eleva o preço de todas as pedras."

A beleza das jóias de Christina, no entanto, não foi suficiente para preencher o vazio existencial de sua dona. **Com uma auto-estima baixa, Christina sempre se sentiu um patinho feio cercado por beldades ricas. Infeliz no amor, casou-se quatro vezes; Athina, sua única filha, é fruto da relação com o playboy Thierry Roussel, seu último marido.** Sua história tem um fim trágico: aos 37 anos, foi encontrada morta em um quarto de hotel na Argentina, vítima de um edema pulmonar. Fontes próximas, porém, afirmaram na época que ela morreu devido a uma overdose de remédios para dormir. Suas jóias permanecem vivas e seu bom gosto promete chamar atenção para sempre.

Por Carlos Sambrana

ARMANI NA TELA

Giorgio Armani é um mestre da extensão de marca. Sua grife é vista em vários produtos que nada têm a ver com moda e, mesmo assim, não perde força. Prova disso é que o novo lançamento do estilista italiano já virou objeto de desejo antes mesmo de chegar às lojas. Em parceria com a Samsung, Armani desenvolveu uma linha de telas de LCD de 46 e 52 polegadas, com detalhes exclusivos no design (*à dir.*). Ainda sem preço definido, elas serão vendidas na Europa, na Ásia e na Rússia no segundo semestre. **www.giorgioarmani.com**

Leilão pop

Ao lado de Andy Warhol (1928-1987), o pintor Roy Lichtenstein (1923-1997) é um dos ícones da cultura pop. Suas obras coloridas, muito parecidas com histórias em quadrinho, ganharam o mundo e conquistaram críticos de arte no mundo inteiro. Mais: valorizaram-se a peso de ouro. Um de seus quadros, o Reflections on the Prom (foto), será vendido no próximo dia 13 de maio em um leilão da Christie's. **www.christies.com**

Preço: US$ 5 milhões

Drinque instantâneo

Preparar um drinque sem o mínimo esforço e de uma forma inusitada. Eis o Cocktail Shake-O-Matic, um aparelho que bate drinques, como Martini, ao toque do botão. Além de fazer o trabalho com facilidade, ele tem um visual moderno com iluminação na cor azul. **www.after5catalog.com**

Preço: US$ 55

Mergulho de ouro

A marca suíça de relógios Linde Werdelin aprofundou sua gama de produtos de forma ímpar. Ela lançou um relógio que vem acompanhado de um pequeno computador de mergulho. Confeccionado em ouro, ele possui tela em LCD à prova d'água e fornece informações vitais para um mergulhador, como temperatura da água, profundidade e descompressão, e outras funções. **www.linde-werdelin.com**

Preço: US$ 20,9 mil

Caneta de espião

Que James Bond, que nada! A empresa japonesa Digital Cowboy lançou uma caneta dotada de câmera digital imperceptível aos olhos. Ou seja, ideal para bisbilhotar, fotografar e gravar o que você quiser. Ela possui bateria recarregável com duração de 2 horas, tem 2 gigas de memória e armazena até 15 fotos. Tudo, é claro, pode ser descarregado no computador. **www.digitalcowboy.com**

Preço: US$ 175

Batom no golfe

Nos últimos anos, o golfe conquistou um número maior de adeptos, principalmente de mulheres. E, para atender o público feminino, grandes marcas de acessórios e equipamentos para o esporte passaram a criar produtos personalizados. A americana Keri Golf, por exemplo, inovou ao trazer cores alegres para as sisudas bolsas de taco. **www.kerigolf.com**

Preço: US$ 375

“Oferecemos aos nossos clientes no Brasil uma plataforma global de negócios”

SANDY SALGADO, *chefe do BBVA nos EUA e na América do Sul (sentado). Em pé, Reynaldo Passanezi, representante no Brasil*

ROGÉRIO ALBUQUERQUE/AG. ISTO É

De volta ao começo

A experiência do varejo ficou para trás. Segundo maior banco espanhol vende participação no Bradesco e volta-se às grandes empresas

MILTON GAMEZ

UMA REMESSA DE QUASE € 1 bilhão, no mês passado, marcou o fim da malsucedida empreitada do BBVA no varejo bancário do Brasil. O segundo maior banco da Espanha revendeu para o Bradesco as últimas ações que detinha na instituição e liquidou a participação (5% das ações ordinárias) que detinha desde 2003, quando foi comprado pelo concorrente. Na época, os espanhóis concluíram que era melhor desistir da estratégia inicial e ganhar dinheiro como acionista minoritário do maior grupo financeiro privado local. A porta de entrada original – o problemático Excel Econômico, do banqueiro Ezequiel Nasser, assumido em 1998 – não foi tão boa assim. E agora, fechada a porta de saída do Bradesco, o que será dos negócios do BBVA por aqui?

A nova estratégia pode ser resumida em uma palavra: *adelante*. Seguir adiante no mercado brasileiro é o plano A dos executivos que mantêm a chama acesa do BBVA no pequeno escritório de representação no Jardim Europa, em São Paulo. A estrutura enxuta, com apenas 25 pessoas, é a ponta-de-lança da oferta de produtos globais, como financiamentos ao comércio exterior e assessoria nos mercados de capitais dos dois lados do oceano Atlântico. No ano passado, a carteira corporate, de operações com grandes empresas, cresceu 30%, para cerca de US$ 1 bilhão. Com presença em 30 países, a instituição quer aproveitar seus tentáculos para atender as necessidades financeiras de exportadores, importadores e multinacionais brasileiras e estrangeiras. "Oferecemos aos nossos clientes no Brasil uma plataforma global de negócios", diz Sandy Salgado, chefe do BBVA nos EUA e na América do Sul.

Com base em Nova York, Salgado comanda a área corporativa e de investimentos do banco em países como Argentina, Colômbia, Peru, Venezuela, Chile, Paraguai e Uruguai. O lucro da região para a Espanha foi de € 181 milhões no primeiro trimestre, segundo balanço divulgado na segunda-feira 28. É menos de 10% do resultado global, de € 1,951 bilhão, mas é mais que o dobro do lucro dos € 84 milhões obtidos nos Estados Unidos. Lá, o BBVA é dono de quatro bancos regionais. Seu foco é o público de língua espanhola. No México, os espanhóis são donos do Bancomer.

O LUCRO DO BBVA

No 1° trimestre:
€ 1,951 bilhão

Recorrente*:
€ 1,442 bilhão

Na Europa:
€ 698 milhões

Nos EUA:
€ 84 milhões

Na América do Sul:
€ 181 milhões

Salgado tem vindo com muita freqüência ao Brasil para visitar os clientes locais. Está impressionado com o crescimento das companhias brasileiras nos últimos anos. Nomes como Vale, Petrobras e Gerdau, entre outros, deixaram para trás muitos concorrentes regionais e disputam mercados lá fora com os maiores conglomerados do mundo. **"A evolução dos grandes grupos brasileiros é impressionante", afirma. "Estão aproveitando a força do real para comprar concorrentes lá fora."**

Em 2008, o BBVA deverá manter no País o ritmo de crescimento do ano passado, prevê Reynaldo Passanezi, representante no Brasil. "Os setores de mineração, petroquímica e infra-estrutura devem crescer de 20% a 25% este ano e puxar a demanda por empréstimos sindicalizados", estima Passanezi. No ano passado, o banco ampliou sua carteira de grandes clientes corporativos de 30 para 100 empresas. Este ano, ele aposta em projetos como a construção do trecho sul do Rodoanel, em São Paulo, e os leilões das plataformas de petróleo. Enquanto avança no atacado, o BBVA deixa o varejo na saudade. Ou melhor, na gaveta. É o Uno-e, projeto virtual de atendimento às pessoas físicas. Se no futuro os ventos virarem, quem sabe será o princípio de uma operação bancária mais abrangente.

*Fora Bradesco. Obs: Cotação do euro: R$ 2,7554 em 31/03/08. Fontes: BBVA e consultoria

27ª FEIRA
INTERNACIONAL DA

MECÂNICA

A MAIOR FEIRA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA A INDÚSTRIA

13 - 17 maio 2008

Anhembi • São Paulo • SP

Horários: Terça a sexta-feira - das 10h às 19h / **Sábado** - das 9h às 17h

Entrada: Por convite ou mediante a comprovação de vínculo com o setor.
Proibida a entrada de menores de 16 anos, mesmo que acompanhados.

Credenciamento gratuito on-line: Evite filas na entrada da feira, faça credenciamento antecipado pelo site.

www.mecanica.com.br

VIAGEM E HOSPEDAGEM
COM ECONOMIA E SEGURANÇA
PROGRAMA BEM-VINDO
Reservas on-line: www.programabemvindo.com.br
almax@almax.com.br • Tel.: (11) 3035-1000

Apoio Institucional: ABIMAQ

Local: anhembi

Afiliada à: UBRAFE

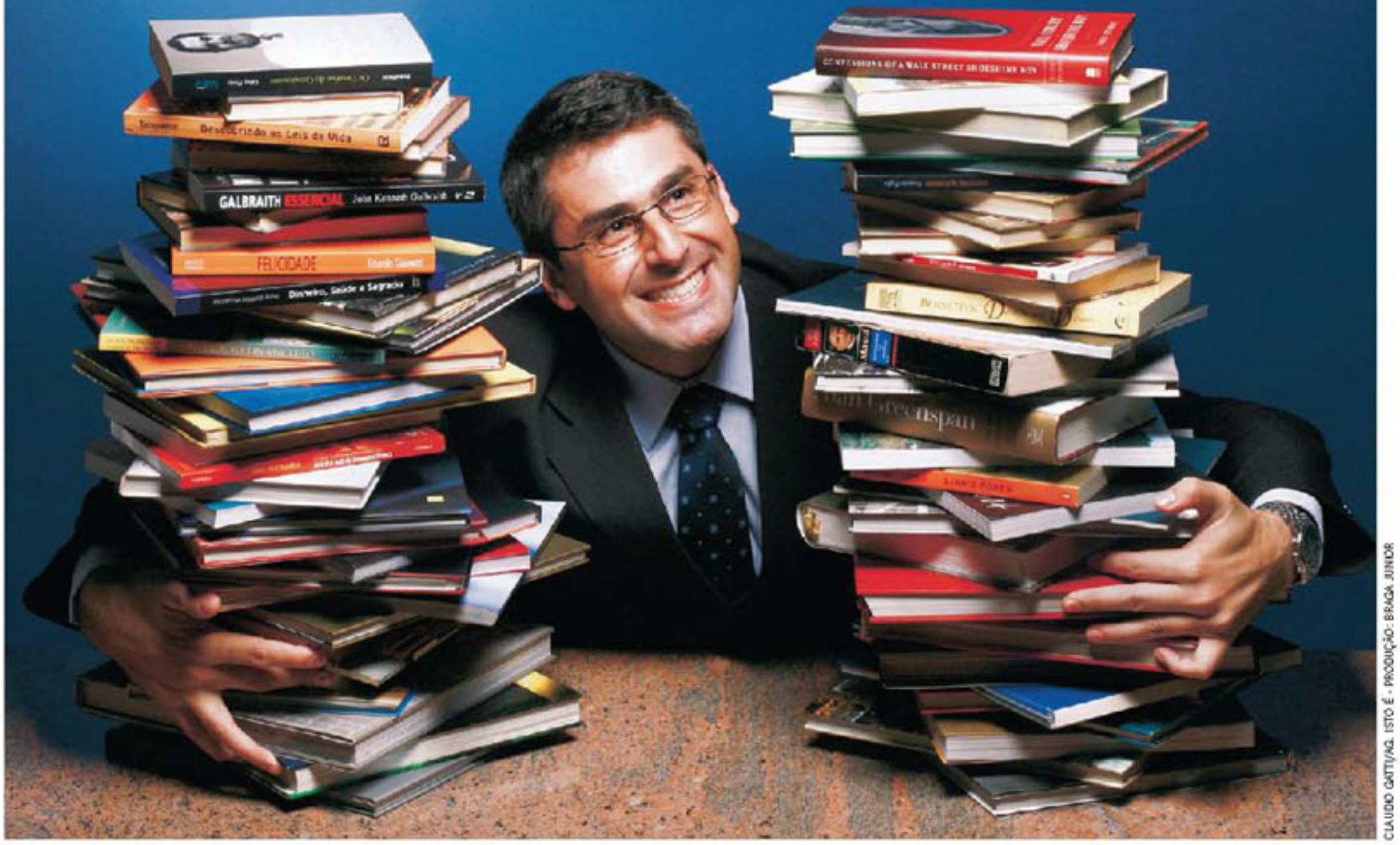
Organização e Promoção:
Reed Exhibitions
ALCANTARA MACHADO
(11) 3060-5000 - tecnica@reedalcantara.com.br

GUIA SEMANAL DE INVESTIMENTOS

Dinheiro Investidor

A BIBLIOTECA do investidor

O que você deve ler antes de se aventurar na bolsa de valores e nos fundos de investimento? Os mestres das finanças respondem e indicam os melhores livros



CLAUDIO GATTI/AG. ISTO É - PRODUÇÃO: BRAGA JUNIOR

BOLSA

Conheça o after market, o horário especial de negociação da Bovespa para quem quiser operar depois que o pregão terminar **pág. 90**

HERANÇA

Lily Marinho vende tudo e cria um trust para garantir o futuro dos herdeiros. O que você pode aprender com essa estratégia? **pág. 91**

AÇÕES

Na coluna DINHEIRO EM AÇÃO, a disparada dos papéis dos bancos depois que a S&P melhorou a nota de risco do Brasil **pág. 92**

NÚMEROS

Os principais indicadores da economia e o desempenho dos fundos de investimento mais rentáveis do mercado **pág. 96**

Dinheiro Investidor
LITERATURA

A estante das finanças

Seus investimentos são o que você lê. Empresários e grandes investidores indicam quais são os livros que não podem faltar na sua coleção de títulos financeiros

ANA CLARA COSTA

SER MILIONÁRIO. EIS UM DESEJO QUE une boa parte dos brasileiros que invade as livrarias do País atrás de leitura sobre investimentos. Títulos de finanças pessoais pipocam nas prateleiras e são devorados avidamente por indivíduos que querem fazer parte do seleto grupo nacional de ricaços. Até o final de 2007, 190 mil era o número de brasileiros com mais de R$ 1 milhão em investimentos, segundo um levantamento da consultoria norte-americana Boston Consulting Group (BCG). Apesar de boa aliada, a leitura não dá a receita do sucesso financeiro, mas as lições aprendidas contam, e muito,

CLAUDIO GATTI/AG. ISTO É - PRODUÇÃO: BRAGA JUNIOR

ARMÍNIO FRAGA,
ex-presidente do Banco Central e sócio da Gávea Investimentos

"Com estes dois livros, o jovem investidor terá coberto os fundamentos do investimento em ações pelas mãos do professor de Warren Buffett, Benjamin Graham, e os altos e baixos do mercado por um grande historiador econômico, o Kindleberger."

O INVESTIDOR INTELIGENTE
BENJAMIN GRAHAM (ED. NOVA FRONTEIRA)

(...) Se você tivesse investido US$ 12.000 no índice de 500 ações da Standard & Poor's no início de setembro de 1929, dez anos mais tarde teria apenas US$ 7.223. No entanto, se você tivesse começado com meros US$ 100 e simplesmente investido outros US$ 100 a cada mês, até 1939 seu dinheiro teria subido para US$ 15.571! Esse é o poder da compra disciplinada, mesmo em face à Grande Depressão (...)

MANIAS, PÂNICO E CRASHES
CHARLES KINDLEBERGER (ED. WILEY)

(...) Bolhas sempre explodem. Por definição, uma bolha envolve um padrão de preço ou fluxo de moeda não-sustentáveis. A explosão da bolha do preço dos ativos no Japão leva à derrocada maciça de um grande número de bancos e outros tipos de instituições financeiras e a mais de uma década de crescimento econômico estagnado.

FÁBIO BARBOSA, *presidente do Banco Real*

"Recomendo esse livro porque é formado por pequenas declarações de grandes investidores. Na edição brasileira, temos alguns depoimentos de grandes empresários. Os conselhos deles extrapolam as finanças. São dicas de investimento que valem para a vida."

O MELHOR CONSELHO DE INVESTIMENTO QUE EU JÁ RECEBI LIZ CLAPMAN (ED. LAROUSSE)

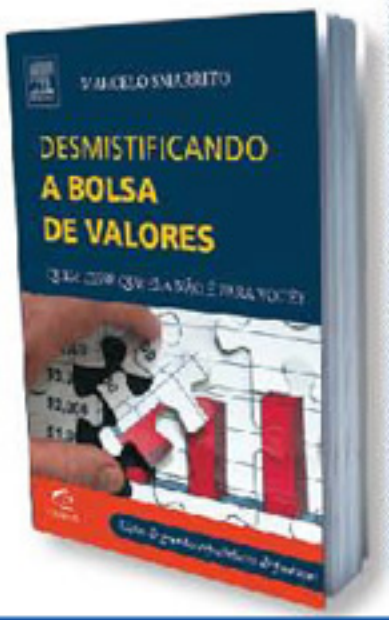
(...) Durante a bolha das ponto.com, havia muitas empresas com valor de mercado de bilhões de dólares, apesar de não apresentarem lucros – e, em alguns casos, nenhuma receita. A maior parte dessas empresas virou pó, como aconteceu com o dinheiro que os investidores colocaram nelas. Essa é a lição final deste livro: se parecer bom demais para ser verdade, provavelmente é.

LUIZ FERNANDO FIGUEIREDO, *ex-diretor do Banco Central e sócio da Mauá Investimentos*

"O autor teve como objetivo, numa linguagem bem simples, explicar como funciona o mercado acionário. No livro tem muitas dicas interessantes para quem vai entrar nesta área."

DESMISTIFICANDO A BOLSA DE VALORES MARCELO SMARRITO (ED. CAMPUS-ELSEVIER)

(...) Mas, além de disciplina, é preciso vencer as próprias resistências. Não importa de que geração você seja, provavelmente cresceu ouvindo que o importante na vida era comprar a casa própria e ter uma quantia confortável na poupança ou num fundo de renda fixa. Bolsa era quase sinônimo de cassino.



GEORGE SOROS, *megainvestidor*

THE NEW PARADIGM MARKETS: THE CREDIT AND WHAT IT MEANS GEORGE SOROS (ED.

(...) Estamos no meio da pior crise financeira desde os anos 1930. De alguma forma, ela se assemelha a outras crises que ocorreram nos últimos 25 anos, mas há uma profunda diferença: a crise atual marca o fim de uma era de expansão do crédito baseada no dólar como moeda principal.

na hora de analisar o mercado e tomar decisões. Se você está pensando em montar a sua própria biblioteca, confira aqui as dicas de livros de quem entende do assunto. Grandes nomes da economia nacional e internacional, como Fábio Barbosa, Armínio Fraga e George Soros, recomendaram à DINHEIRO alguns títulos imprescindíveis para investidores iniciantes ou experientes. Prepare a sua estante.

Soros indicou seu último livro. "Essa crise chegou lentamente, mas poderia ter sido antecipada em sete anos. Teve sua origem na explosão da bolha da internet em meados de 2000", escreveu em The New Paradigm for Financial Markets, ainda inédito no Brasil. Nele, o autor expõe uma teoria particular que faz o leitor refletir sobre o que pode estar por vir e pode afetar sua carteira de investimentos. "A Teoria da Refletividade, que é descrita no livro, ajuda a explicar a origem da crise atual (do subprime)", afirmou à DINHEIRO.

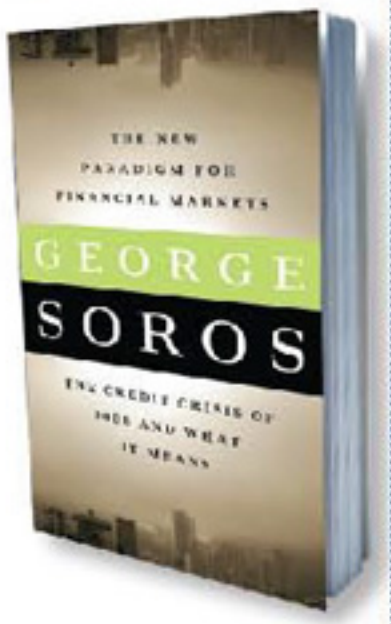
O ex-presidente do Banco Central Armínio Fraga – que trabalhou para Soros – indica o clássico O Investidor Inteligente, de Benjamin Graham, o mentor de Warren Buffett. Já Manoel Horácio, presidente do Banco Fator, vê em A Era da Turbulência, de Alan Greenspan, uma boa dica. Confira acima as indicações, os motivos pessoais de cada um e trechos da obra.

Títulos que exploram a macroeconomia são a base do aprendizado. É o que afirma William Eid Junior, coordenador do Centro de Estudos em Finanças da FGV-SP. "**Tem que estudar, entender como funciona a economia, os mercados e as análises fundamentalistas**", diz o especialista. Investir em ações sem antes ter um embasamento teórico, de acordo com Eid, é loucura. "O leigo entrar no mercado de ações e se dar bem é ilusório", diz. Sua indicação para o jovem investidor é um livro que utiliza nas aulas da graduação de administração da FGV-

“A Teoria da Refletividade contida no livro ajuda a explicar a origem da crise atual.”

FOR FINANCIAL CRISIS OF 2008

PUBLIC AFFAIRS)



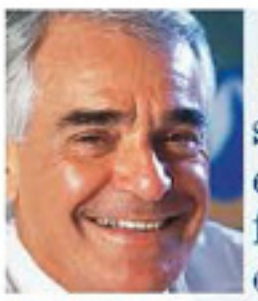
PATRICE ETLIN, *sócio-diretor da Advent International*

“O livro dá uma visão empírica das mais variadas questões enfrentadas por investidores. Tem uma linguagem prática e fácil de ser aplicada, e os conselhos do Buffett valem a pena.”

ENSAIOS DE WARREN BUFFETT: LIÇÕES PARA INVESTIDORES E ADMINISTRADORES

WARREN BUFFETT (ED. DISAL)

(...) Nossa meta é comprar uma empresa fantástica a um preço razoável, não uma empresa medíocre por uma barganha. Charlie e eu descobrimos que o melhor é fazer bolsas de seda com seda; se tentarmos com orelhas de porco, fracassaremos.



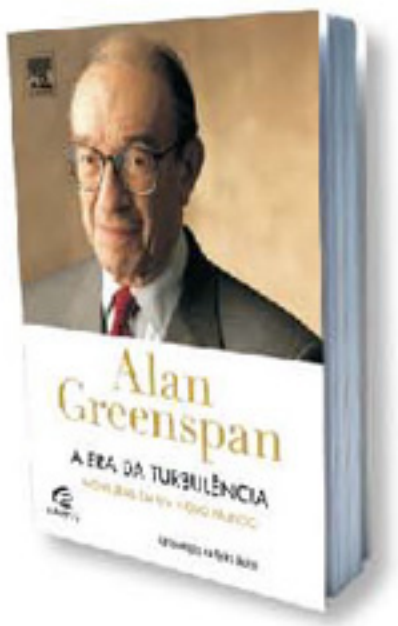
MANOEL HORÁCIO FRANCISCO DA SILVA, *presidente do Banco Fator*

“Estou lendo pela segunda vez. Por ter estado há tanto tempo à frente do Federal Reserve, o banco central americano, Greenspan acumulou experiência e entende o funcionamento do mercado financeiro como ninguém. A cada leitura, eu aprendo um pouco mais com a sua sabedoria.”

A ERA DA TURBULÊNCIA

ALAN GREENSPAN (ED. CAMPUS-ELSEVIER)

(...) Nas economias onde milhões de pessoas trabalham e transacionam todos os dias, os diferentes mercados estão de tal forma entrelaçados que, quando se atua sobre determinado desequilíbrio, deflagra-se, inadvertidamente, uma série de outros desequilíbrios.



SP, Mercado Financeiro - Objetivo e Profissional, de Gilson Oliveira e Marcelo Pacheco. “A linguagem é clara e os alunos elogiam muito”, conta.

Outra dica de publicação tradicional na área financeira é o livro Managing your Investment Management, de Arthur Williams III. Quem indica é Álvaro de Souza, ex-presidente do Citibank no Brasil. O livro não chegou a ser publicado aqui e sua edição foi descontinuada nos EUA. Pode ser comprado pela internet em sites de vendas de usados, como Amazon.com. Souza acredita que a aquisição vale a pena. “Esse livro aborda os aspectos conceituais e mesmo filosóficos da arte de investir tanto em tempos voláteis como os de hoje como em épocas mais previsíveis”, conta.

Mas nem só de clássicos sobrevive o mercado. Gustavo Cerbasi, consultor financeiro, lançou desde 2002 cinco títulos que entram no hall da chamada “auto-ajuda” financeira. Dois deles, Casais inteligentes enriquecem juntos e Filhos inteligentes enriquecem sozinhos (Editora Gente), se tornaram rapidamente best-sellers por possuírem uma narrativa simples e dirigida ao público sem muita familiaridade com o tema. “Literatura de nível sofisticado é mais abundante do que a simples. A população média que está entrando no mercado financeiro se sente desamparada nesse aspecto”, descontenta-se Cerbasi. Mas, antes de montar sua própria biblioteca de investimento, o consultor dá algumas dicas. “É melhor começar lendo jornais e revistas sobre o tema”, diz. O próximo passo é procurar o auxílio de um especialista e determinar quais tipos de investimento serão feitos, e só então começar a ler sobre o assunto. **A literatura ajuda. No entanto, não exime o investidor dos erros.** “Investimento sem erro é a renda fixa. Quem quer rentabilidade, assume o risco. E com o risco dificilmente se está livre de errar”, conclui.

LUZ APAGADA: *depois do horário normal, bolsa permite negócios por mais uma hora e 15 minutos*

FOTO: JASIME XAVIER/AG. ISTOÉ

Bovespa noturna

Deixou de fazer negócios durante o pregão? O after market está de luzes acesas para você

MÁRCIO KROEHN

VOCÊ JÁ SE ARREPENDEU de não ter comprado ou vendido a ação de uma empresa após o apagar das luzes do pregão? Pois saiba que a Bovespa tem um período reservado para os atrasadinhos. Após o horário regular do mercado, que funciona até as 17 horas, quem quiser aproveitar os mesmos preços negociados durante o dia pode recorrer ao after market. Durante uma hora e quinze minutos, qualquer investidor pode utilizar o home broker ou a mesa de operações das corretoras para emitir ordens de compra e venda de papéis. De outubro do ano passado a março, houve um crescimento de 31% no total mensal negociado. Mas tome cuidado. Não deixe para fazer todas as suas operações à noite. É que a margem de flutuação das cotações é limitada no after market a 2%, para cima ou para baixo. Além disso, a quantidade de negócios não pode ultrapassar R$ 100 mil por investidor. Nessa conta, entra o valor investido durante o pregão diurno.

Essas limitações evitam que ocorra a transferência de liquidez do mercado para o período noturno. Não é essa a intenção. Tanto que **o preço de fechamento no after market não altera a cotação de uma ação nem modifica o cálculo do Ibovespa**. A negociação noturna tem duas finalidades. Ajudar o investidor sem tempo de acompanhar o mercado ao longo do dia a procurar bons negócios sem precisar esperar a abertura do pregão no dia seguinte. "O after market possibilita olhar o mercado no final do dia e enxergar as oportunidades", diz Hélio Pio, diretor da Ágora Corretora.

Outra vantagem do after market é auxiliar as corretoras nas operações intradia (day trade). "As corretoras zeram suas posições quando terminam o dia", diz Roberto Lee, diretor da Win Home Broker. Os investidores que recorrem à Bolsa noturna encontram as mesmas condições de negociação daqueles que fazem suas operações durante o horário normal. As corretoras não dão desconto em suas taxas para quem opta por comprar ou vender à noite. Entretanto, elas deixam a infra-estrutura à disposição.

Com a fusão entre a Bovespa e a BM&F e a tendência de concentração das bolsas mundiais, é provável que dentro de mais alguns anos seja possível negociar a qualquer hora do dia e da noite. Mas esses são planos futuros. "Um bom negócio não tem hora para acontecer", afirma André Demarco, diretor adjunto de renda variável da Bovespa.

Viúva de Roberto Marinho leiloa bens pessoais e soluciona herança aos herdeiros com um trust. Saiba como isso funciona.

Lily vende tudo

LILY MARINHO: *os leilões devem aumentar sua fortuna em R$ 25 milhões*

LEANDRO PIMENTEL/AG. ISTOÉ

MÁRCIO KROEHN

O MÊS DE MAIO SERÁ decisivo para os herdeiros de Lily Marinho. Ela colocou à venda todo o patrimônio acumulado ao longo dos seus 87 anos. Serão mais de mil peças entre pratarias, móveis, pinturas e esculturas que serão leiloadas em cinco dias pela Soraia Cals, no Rio de Janeiro. As 64 jóias que recebeu de presente dos maridos Horácio de Carvalho e Roberto Marinho estão sob o martelo da Sotheby's, em Genebra e em Nova York. A estimativa de arrecadação é de R$ 25 milhões. E todo esse montante irá parar nas mãos de um trust. Mas o que isso significa?

O filho adotivo de Lily, João Baptista, e seus quatro netos terão o futuro financeiro assegurado, mas não poderão colocar a mão nos bens. Pelo menos não em toda a fortuna. Lily Marinho optou por uma sucessão diferente da brasileira, considerada mais simples, eficiente e rápida. Ela escolheu o trust, um contrato legal no qual é feita a transferência de todos os direitos da família para um gestor, chamado de trustee. "Na maioria dos casos é uma blindagem para o patrimônio e uma maneira de definir a sucessão", diz Otávio Vieira, diretor do Safdié Private Banking.

No trust, as determinações são escritas e os herdeiros recebem os recursos conforme o contrato. Em forma de mesada, por exemplo. **É preciso, portanto, muita confiança no trustee. Ele tem o poder para mandar e desmandar nos investimentos.** Um ou mais protetores podem ser indicados para vigiar os passos desse gestor. E como esse instrumento inexiste na legislação brasileira, é necessário analisar onde esse trust está localizado e quais são os países de atuação dele. Para evitar surpresas desagradáveis, a elaboração de um contrato com advogados que conhecem esse instrumento facilita, assim como recorrer a grandes bancos como Citibank, UBS e HSBC, que têm departamentos de trust. "A confiança no trustee é fundamental porque toda a fortuna da pessoa é transferida para ele", afirma a advogada Maria Gabriela Duva, da Veco Multi Family Office.

Lily Marinho ainda mantém o seu trustee em segredo. Se quisesse, poderia optar por uma fundação. Essa também é uma sugestão dos family offices quando pensam na divisão de bens e planejamento sucessório de seus clientes. Em vez da transferência do patrimônio para uma pessoa, cria-se uma figura jurídica para administrar a fortuna.

AS DIFERENÇAS

CUSTO DE CONSTITUIÇÃO	
TRUST	US$ 9 mil
FUNDAÇÃO	US$ 6 mil
TAXA ANUAL	
TRUST	0,10% a 0,20% sobre o patrimônio
FUNDAÇÃO	US$ 6 mil
PERFIL DE PATRIMÔNIO	
TRUST	acima de US$ 1 milhão
FUNDAÇÃO	abaixo de US$ 1 milhão

Fonte: Veco Multi Family Office

BANCOS

Calote nunca mais

> *A competição bancária está cada vez mais acirrada*
>
> **MÁRCIO CYPRIANO,** *presidente do Bradesco*

Os banqueiros fizeram a festa com a promoção do Brasil a grau de investimento pela agência de riscos S&P, na quarta-feira 30. As ações dos grandes bancos de varejo tiveram alta superior aos 6,3% alcançados pelo Ibovespa, que chegou a 67.868 pontos. Nada mais natural. Com o fantasma do calote soberano para trás, o otimismo dos investidores com a economia só aumentou. E quem usufrui como ninguém um ambiente de estabilidade com crescimento do crédito e dos investimentos? Eles mesmos, os bancos. Se lucram muito nos tempos difíceis, eles têm resultados melhores ainda nas épocas de bonança, quando os volumes de operações crescem e os riscos diminuem. Por isso, a S&P também elevou as notas de 10 bancos, com destaque para Bradesco e Itaú, ambas para BBB. No dia do anúncio, as preferenciais do Bradesco subiram 7,5% e as do Itaú, 8,4%. As units do Unibanco valorizaram 11,8% e as preferenciais do Banco do Brasil, 10,9%. No caso do Bradesco, o anúncio da S&P reverteu o mau humor do mercado com suas ações depois da divulgação do balanço trimestral. Os papéis estavam em queda, mesmo diante de um lucro de R$ 2,1 bilhões entre janeiro e março. Um dos motivos é que a rentabilidade sobre o patrimônio líquido caiu de 32,6% no ano passado para 28,7%. "A tendência é que o retorno dos bancos em geral não se repita nos patamares de 32% e volte para o nível de 25%", afirma o diretor Milton Vargas. "A competição bancária está cada vez mais acirrada, o que implica na redução dos spreads e das tarifas bancárias", diz Márcio Cypriano, presidente do Bradesco.

RAIO X

VALE PNA (VALE5)	
Bradesco PN	(BBDC4)
Cotação*:	R$ 38,00
Máxima em 52 semanas:	R$ 40,70
Mínima em 52 semanas:	R$ 26,88
Oscilação no mês:	17,43%
Oscilação no ano:	2,92%
Lucro líquido**:	R$ 2,1 bilhões

Fonte: Economática. *Em 30/04/08. **1º trim./08

DESTAQUE NO PREGÃO

Novo comando na Usiminas

Mudanças importantes foram anunciadas pela Usiminas na semana passada. Depois de 18 anos no cargo, o presidente Rinaldo Campos Soares passou o bastão. Em seu lugar, assume em 5 de junho Marco Antônio Castello Branco, ex-executivo do grupo francês Vallourec. Até lá, o presidente interino será Omar Silva Júnior, diretor industrial da siderúrgica. A empresa também divulgou que ampliará o volume de investimentos no aumento da produção. Wilson Brumer, novo presidente do conselho de administração da Companhia, admitiu um aporte de R$ 8,4 bilhões que possibilitará um aumento da capacidade instalada para 14 milhões de toneladas de aço anuais até 2015. A produção atual chega a 9 milhões de toneladas/ano.

PETRÓLEO

Combustível para a Petrobras

O presidente da Petrobras, José Sergio Gabrielli, está rindo à toa. Saiu o aumento dos combustíveis vendidos às refinarias. Serão 10% para a gasolina e 15% para o diesel. É uma boa notícia para a empresa, que precisa de receitas crescentes para financiar os investimentos nas novas áreas da camada pré-sal. "Eles foram longe e recuperaram toda a defasagem dos preços. O reflexo disso é altamente favorável para o papel", afirma Erick Scott Hood, analista da SLW. Para Luiz Otávio Broad, da Ágora, o impacto na cotação da blue chip é positivo, mas não muito significativo. "O mercado já esperava o aumento", diz. A reação dos investidores foi morna: Petrobras PN subiu apenas 3% na quarta 30, dia em que o Ibovespa cresceu 6%.

VEDETES DA SEMANA

AÇÃO	SETOR	%
Celesc PNA N2	Energia	40,03
Brasil Telecom ON N1	Telecom.	22,14
Minerva ON NM	Varejo	21,71
Hercules PN	Industrial	17,65
Ampla ON	Energia	16,13

MICOS DA SEMANA

AÇÃO	SETOR	%
Telebras ON	Telecom.	-13,89
Telemar ON	Telecom.	-16,50
Varig Transp. PN	Transportes	-17,46
Coelce PNA	Energia	-17,88
Net ON N2	Telecom.	-23,29

Fonte: *Austin Rating.* *De 24 a 29 de abril

AS 10 MAIS DO IBOVESPA

AÇÃO	COTAÇÃO*	% MÊS	% ANO	% 12 MESES	P/L
Petrobras PN	42,2	14,4	-3,9	90,6	17,2
Vale PNA	53,59	6,4	6,5	65,3	15,1
Usiminas PNA	81,16	23,7	50,8	96,9	12,6
Bradesco PN	38,2	17,5	2,9	42,5	13,8
Sid Nacional ON	72,8	19,2	41,9	163,6	19,2
Vale ON	65,64	9,3	11,5	69,9	18,5
Gerdau PN	65,77	21,6	27,3	77,9	12,3
Itaubanco PN	47,43	18,6	6,4	34,1	13,4
Petrobras ON	50,6	13,1	-3,1	103,7	20,6
Unibanco UnN1	24,77	20,6	2,5	41,0	10,0

Fonte: *Economática* * 30/04/2008

Por Milton Gamez

miltongamez@revistadinheiro.com.br

PALAVRA DE ANALISTA

Alan Cardoso, da Prosper Corretora, diz que a Usiminas tem o perfil de administração mais conservador das três maiores siderúrgicas do País (as outras duas são a Gerdau e a CSN). "Com o novo presidente, imaginamos que eles venham adotar políticas mais agressivas para aumentar a rentabilidade", afirma. Um exemplo dessa mudança foi a compra da mineradora J. Mendes, em janeiro, que passou a abastecer as usinas da empresa. "O objetivo da nova administração vai ser buscar um crescimento mais acelerado." A Usiminas PNA, cujo peso no Ibovespa é de 4,35%, subiu quase 24% no mês, até a quarta 30.

QUEM VEM LÁ

Novata no Novo Mercado

A Portobello não podia escolher melhor data para ingressar no Novo Mercado da Bovespa: quarta-feira, 30 de abril de 2008. Nesse dia, o Brasil passou para o clube dos países considerados grau de investimento pela agência Standard & Poor's, o otimismo imperou na bolsa e o papel da empresa (PTBL3) disparou: alta de 6%, equivalente à do Ibovespa. "Entramos bombando. Foi tudo muito bem planejado", brinca o diretor financeiro, Mário Augusto Baptista. A migração para o mais alto nível de governança corporativa reflete a vontade de crescer com recursos do mercado de capitais, afirma o executivo. Quando for o momento adequado, a Portobello poderá voltar a captar recursos em bolsa. "Não temos nada planejado no momento." O mau desempenho da companhia (prejuízo de R$ 39 milhões em 2007) foi decorrente da valorização do real diante do dólar. As exportações, que significavam 2/3 das receitas, foram reduzidas para 1/3.

FIQUE DE OLHO A Portobello, fornecedora de peças de cerâmica, está no final da cadeia da construção civil. O boom do setor poderá favorecê-la no segundo semestre. Em 2008, o papel já caiu 48%.

TOURO X URSO

Começar a semana depois de várias boas notícias era tudo o que o touro queria. O anúncio-surpresa da elevação do Brasil a grau de investimento deve aquecer a bolsa com novos investidores. A Bovespa bateu o recorde de pontuação (veja abaixo) e tem tudo para manter o desempenho ao longo da semana. O PIB americano de 0,6% no primeiro trimestre e a queda de 0,25 ponto percentual pelo FED vieram dentro das expectativas dos analistas.

Compre no boato, venda no fato. Se o conselho antigo da bolsa ainda for levado em conta, o urso pode atacar novamente nesta semana. O otimismo dos investidores pode provocar uma rápida realização de lucros para quem conseguiu comprar os ativos em baixa. Atenção para dois anúncios sobre o setor de crédito nos EUA. Na quarta-feira 7, serão conhecidos os índices de refinanciamento hipotecário e o desempenho do crédito ao consumidor.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

O importante não é investir muito, mas investir sempre. A dica está no Guia de Investimentos da Caixa Econômica Federal. Para quem ainda está em dúvida de como começar a montar uma carteira, o "Dinheiro em Caixa" desvenda os mistérios e mostra que o primeiro passo não está distante: pequenas economias nos gastos diários e disciplina nos depósitos são fundamentais para começar a construir seu patrimônio.

TERMÔMETRO DO MERCADO

O IBOVESPA EM UM ANO	PONTOS
Ibovespa	67.868*
Máxima	67.868
Mínima	44.937

Fonte: *Economática. * Até 30/04/08*

BOLSA NO MUNDO

29/04/2008		COTAÇÃO (MOEDA LOCAL)				VARIAÇÃO (US$)	
MERCADO	ÍNDICE	PONTOS	% MÊS	% ANO	% 12 M.	% MÊS	% ANO
Brasil	Ibovespa	63.825	4,69%	-0,10%	29,65%	7,34%	3,74%
Brasil	IBrX	21.285	6,01%	-1,16%	33,62%	8,70%	2,64%
Brasil	ISE	1.946	3,27%	-3,23%	30,60%	10,86%	0,48%
EUA	Dow Jones	12.832	4,64%	-3,99%	-2,20%	4,64%	-3,99%
EUA	Nasdaq	2.426	6,45%	-9,29%	-5,13%	6,45%	-9,29%
Japão	Nikkei	13.894	10,93%	-9,23%	-20,15%	6,39%	-2,32%
China	CSI 300	3.697	-2,47%	-30,75%	6,52%	-2,09%	-27,59%
Alemanha	DAX 30	6.885	5,36%	-14,65%	-6,68%	6,84%	-19,24%
França	CAC 40	4.977	5,74%	-11,35%	-16,08%	7,22%	-16,11%
Reino Unido	UKX	6.089	6,79%	-5,69%	-5,13%	8,29%	-10,76%

Fonte: *Austin Rating / Economática*

DESEMPENHO DAS EMPRESAS POR SETOR DE ATIVIDADE ECONÔMICA

MELHOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Petróleo e Gás	16,65	114,50
Siderúrgico	12,21	87,16
Mineração	2,88	52,54
Imobiliário e construção	6,23	25,76
Papel e Celulose	7,54	25,51

PIOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Industrial	2,75	5,80
Petroquímico	-2,93	4,76
Consumo e varejo	-1,31	1,61
Tecnologia e internet	-1,40	-12,80
Transportes	8,10	-26,05

Fonte: *Austin Rating*

MERCADO EM NÚMEROS

CSLL

9% de alíquota

será a mordida da Contribuição sobre o Lucro Líquido (CSLL) nas atividades da Bovespa e da BM&F. A Medida Provisória 413, aprovada pela Câmara, aumentou o imposto para 15% para os bancos.

BROI

11,26% de queda

foi o desempenho das ações ordinárias da Oi na segunda-feira, primeiro dia útil depois do anúncio do acordo final para a compra da Brasil Telecom (BrT). As preferenciais desabaram 9,35%. Para os analistas, esse movimento partiu de investidores que realizaram o lucro com medo das incertezas do negócio.

SADIA

R$ 30 milhões

é o investimento da joint venture formada pela Sadia e pela Kraft para a construção de uma fábrica de queijos no Paraná. Elas estão de olho em um mercado potencial de R$ 1,5 bilhão.

LE LIS BLANC

20% de recuo

foi a marca da estréia da empresa de moda feminina Le Lis Blanc na Bovespa, na terça-feira.

SULAMÉRICA

R$ 33 milhões

foi quanto a SulAmérica Seguros pagou para fechar o capital da SulAmérica Companhia Nacional de Seguros, subsidiária que tinha o capital aberto desde 1979. As ações passam a ser negociadas através da holding, sob o código Sula11.

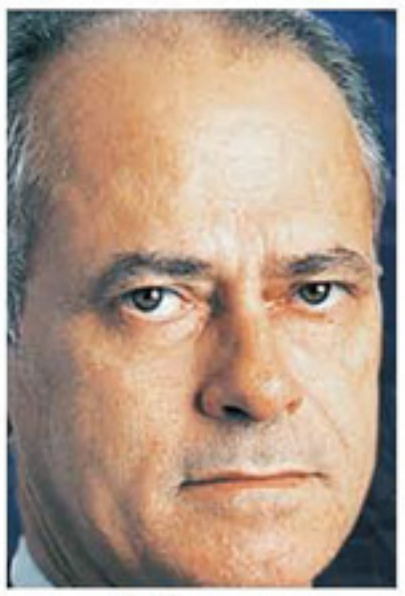
RANDON

R$ 4 bilhões

é a projeção de faturamento do Grupo Randon para 2008. A meta era atingir esse resultado no final de 2009. No primeiro trimestre, o grupo teve receita de R$ 1 bilhão.

PERSONAGEM

O novo índice imobiliário



Vem aí um novo índice de ações. Ele ainda não tem nome nem composição definida. A única certeza é que o indicador irá sinalizar aos investidores a quantas andam as ações das empresas que atuam no mercado imobiliário. O setor foi um dos mais ativos na Bovespa nos últimos anos, com a entrada de muitas empresas. Para elaborar o índice, a Bovespa abriu uma consulta púbica e aceita sugestões a partir desta semana. Os interessados terão até o dia 2 de junho para participar, por meio de link especialmente criado no site www.bovespa.com.br. Ricardo Pinto Nogueira, diretor de operações da Bovespa, conversou com DINHEIRO sobre a novidade.

> *Queremos ouvir as empresas, os gestores de fundos, as associações e os investidores*
>
> **RICARDO NOGUEIRA,** *diretor de operações da Bovespa*

DINHEIRO – Por que criar um índice imobiliário?
RICARDO NOGUEIRA – Mais de 25 empresas do setor abriram capital. Existe demanda do mercado por um indicador como este, que existe em outras bolsas internacionais. Inglaterra, Estados Unidos, Israel e países nórdicos já criaram o seu. Queremos ouvir a opinião das empresas, dos gestores de fundos, das associações do mercado e dos investidores.

DINHEIRO – Como ele seria no Brasil?
NOGUEIRA – Ainda não sabemos. A consulta pública é exatamente para identificar as empresas com potencial para participar do índice nos setores e subsetores imobiliários. Tem construção civil, construção pesada, materiais de construção, incorporação, intermediação.

DINHEIRO – Empresas de participação em shopping centers, como a BR Malls, entrariam no índice?
NOGUEIRA – Vamos discutir com o mercado. As receitas de um shopping não vêm da construção civil, mas do comércio. A idéia é que o índice tenha utilidade prática. Senão, será natimorto.

DINHEIRO – Quem usaria tal índice?
NOGUEIRA – Os gestores de investimentos, os analistas, as próprias empresas do setor. Muitos diretores financeiros e de relações com o mercado gostariam de ter um índice para comparar o desempenho da ação com a média setorial.

DINHEIRO – E a metodologia?
NOGUEIRA – Esperamos receber sugestões sobre a ponderação da carteira, o período de verificação da negociabilidade dos papéis e a presença deles no pregão. A idéia é auscultar e escutar o mercado. Se tivéssemos convicção, seria mais fácil, mas não temos.

DINHEIRO – Um índice imobiliário reflete o comportamento econômico do País?
NOGUEIRA – Acho que vai refletir um pouco as taxas de juros. Por que o setor imobiliário explodiu? Porque os juros caíram.

RAIO X DO SETOR

EMPRESA	VARIAÇÃO NO ANO*
Gafisa ON	17,0
JHSF Part ON	16,2
Cyrela Realty ON	14,8
Gafisa ON	10,6
Lix da Cunha ON	8,5
CR2 ON	-38,8
Generalshop ON	-39,3
Const A Lind. PN	-41,4
Eztec ON	-46,7
Inpar S/A ON	-48,1

Fonte: Economática. *Em 30/04/08

PELO MUNDO

PREJUÍZO DA GM

A montadora norte-americana divulgou seus resultados do trimestre no último dia 30: US$ 3,25 bilhões de prejuízo. No entanto, suas ações subiram 9,43% nesse mesmo dia. A razão? O mercado esperava perdas maiores. Só na América do Norte, a GM amargou mais de US$ 800 milhões no vermelho. O CEO, Rick Wagoner, atribuiu o desempenho ao desaquecimento da economia dos EUA e à greve de um de seus principais fornecedores de aço.

VAREJO EM ALERTA

A mesma desaceleração econômica que parece ser a causa de todos os males das empresas dos EUA também afeta os fabricantes de produtos de varejo. A Colgate-Palmolive divulgou uma queda de 4% em seus lucros do trimestre. As ações da empresa caíram 7% em apenas um dia.

BRITISH SONDA OS EUA

A British Airways anunciou um acordo de cooperação com a American Airlines e a Continental Airlines. A joint venture serviria para reforçar a presença das três companhias na América Latina. O CEO da British, Willie Walsh, não deu detalhes do negócio e disse que o fará quando achar apropriado. Na quarta 30, dia do anúncio, as ações da companhia inglesa subiram 2,25% em Londres.

CITI EMITE

O Citigroup anunciou na última quarta-feira 30, a emissão de US$ 4,5 bilhões em 178 milhões de novas ações. Foi 50% a mais do que o grupo havia inicialmente previsto. A captação tem o objetivo de restaurar forças para o Citi, que saiu extremamente machucado da crise do crédito. Mas no dia da emissão, quarta-feira, os papéis não empolgaram. A queda foi de 4%

Colaborou Ana Clara Costa e Márcio Kroehn

AVISO – Esta seção tem caráter meramente informativo e seu conteúdo não deve ser interpretado como recomendação de investimentos. A revista DINHEIRO não se responsabiliza por decisões de investimento tomadas por seus leitores. O autor é investidor em ações e detém papéis das seguintes empresas: Vale, Petrobras, Usiminas, Bovespa, BM&F, Bradesco e Itaú.

Informe Publicitário

CRESCIMENTO MOVIDO A DADOS

O uso consciente do cadastro de seus consumidores ainda é deficitário no Brasil, mas as empresas já entendem a importância deste negócio

O setor de marketing direto cresce consideravelmente no Brasil. Segundo dados da Associação Brasileira de Marketing Direto, a ABEMD, a evolução é de 11% ao ano. O cenário é reflexo da constante demanda das empresas em se comunicarem com seu público. E, como em todo processo de marketing e vendas, o planejamento começa na base, mais especificamente, na base de dados, popularmente conhecida como cadastro de clientes e prospects.

A atualização e o bom gerenciamento destas informações são cruciais para a fidelização de clientes e, também, essenciais para a manutenção de uma imagem positiva da marca. A prática dessas ações evita impactos negativos nas receitas e operações das companhias.

Nesta onda, nota-se o surgimento de empresas especializadas na construção, tratamento e atualização cadastral, o que possibilita às empresas concentrarem suas forças na estratégia de seu core-business e não na gestão e operacão do cadastro de seus clientes. Um dos exemplos neste negócio pode ser ilustrado pela brasileira ZIP Code, com foco em serviços voltados ao marketing direto. De acordo com o Diretor da empresa, Ricardo Sleiman "É visível que não existe uma preocupação das empresas em cuidar de sua base de clientes da maneira como deveria ser feita. As companhias devem focar no seu negócio e não na operacionalização dos meios para isso".

Parcerias que dão certo

Para atender a essa necessidade, a empresa, além de desenvolver e tratar dos dados, mantém parceria com diversos portais de internet, editoras e empresas varejistas para administrar e representar seus bancos de dados junto ao mercado. Com isso, além de manter sua base de clientes atualizada, oferece ao mercado promoções de empresas parceiras, o que permite um ganho financeiro de forma segura e responsável.

Os serviços possibilitam a terceirização da área de Database Marketing pelas organizações.

Ou seja, ações de relacionamento como administração da base de dados, disparo de campanhas de email marketing, sms, impressão e envio de mala direta podem ser direcionadas para a ZIP Code.

Um dos casos já em andamento é com o Grupo BR Labels, detentor das marcas VR, Calvin Klein e Mandi. A companhia mantém sua base de clientes com a ZIP Code, que é responsável pela atualização e enriquecimento com outras informações faltantes, feitos de forma customizada. Além disso, padroniza a entrada de novas informações no banco de dados do cliente.

Gabriela Barcelos, Gerente de Marketing do Grupo BR Labels, explica: "A grande vantagem foi a agilidade em selecionar os filtros de dados para nossas ações. Um dos exemplos é o fato de, anteriormente, termos um número de cadastros grande e descobrir que o que estava atualizado era bem menor. O interessante foi contar com uma empresa que, além de ter identificado essa questão, higienizou todos os dados que estavam incompletos ou errados. Não seria possível fazer isso internamente, pois teríamos que contatar todos os clientes para atualizar. Um dos benefícios também foi a possibilidade de contarmos hoje com campanhas virtuais personalizadas. A ZIP Code faz o disparo dos emails marketing por meio da própria base, administrada por ela mesma".

Já em Maio, a novidade fica por conta do lançamento da ferramenta ZIPGerenciador. As empresas parceiras da ZIP Code poderão utilizar o sistema para suas ações de relacionamento. A solução permitirá que as companhias recebam um login para montar uma base de dados segmentando o cadastro a ser utilizado em suas próprias campanhas.

O mercado de cobranças também é um dos focos da ZIP Code, que tem um sistema próprio de localização de inadimplentes. O software cruza dados de todas as informações possíveis de um cliente devedor, desde seus endereços até a sua proximidade com parentes, vizinhos, etc.

Entre alguns clientes que a empresa já atende nesse setor com fornecimento de dados, estão: Atento, Contax, System Marketing, Senarc, entre outros. De acordo com Mauricio Guitarrari, Diretor da System Marketing, empresa de Contact Center voltada para cobranças, "utilizando uma solução de Qualificação Cadastral do DataSetting com a base de dados da ZIP Code, a agilidade e a qualidade no retorno das informações dos devedores de nossos clientes nos possibilitaram um ganho considerável no encontro e recuperação dos créditos".

A representatividade do fornecimento de listas para campanhas de marketing direto na ZIP Code é de 65% de seu faturamento e, com apenas dois anos de serviços em email marketing, as ações digitais já contribuem com 16% na receita total da empresa. De acordo com Rodrigo de Castro Alves, Analista Sênior Responsável pelo Departamento de Comunicação e Marketing da COGEAE/PUC-SP, "desenvolvemos campanhas para uma área de difícil segmentação, mas a base de dados é consciente. Após cada disparo de email marketing, observamos um aumento significativo na procura de nossos cursos".

Mensalmente são administrados e realizados milhões de envios de emails para clientes como PUC-SP, O ESTADO DE S. PAULO, BR Labels, Editora Três, entre outros.

Desafios

O uso integrado e adequado de ferramentas e processos no marketing direto provém ao mercado todas as possibilidades e vantagens deste negócio. "Difundir este expertise e a inteligência na administração e manutenção de bancos de dados é o maior desafio de nossa empresa para este ano" comenta Alexandre Aldighieri, Diretor de Operações da ZIP Code.

A importância dada às novas tendências contribuiu para o panorama atual da companhia, que praticamente dobrou seu faturamento em 2007. Atendendo a alguns dos maiores ícones e cases de marketing direto do Brasil, tais como: Readers Digest – Revista Seleções, O ESTADO DE S. PAULO, entre outros, a expectativa para 2008 é otimista: "Fecharemos o ano com 40% de crescimento", almeja Sleiman.

NOTAS

O Alternative Investment Summit Brasil reuniu 78 profissionais do mercado financeiro do Brasil e do mundo entre os dias 29 e 30 de abril, em São Paulo. A seguir, os destaques do evento:

PRIVATE EQUITY

Após a captação de US$ 120 bilhões pelas empresas nos últimos três anos com ofertas primárias e secundárias na bolsa, Mauro Bergstein, diretor-executivo do Credit Suisse, destaca que o momento é do private equity. Esses fundos devem aumentar a captação neste ano. Além dos recursos estrangeiros, principalmente da América Latina, Bergstein enxerga uma mudança benéfica no País. "Os investidores locais já estão dispostos a comprometer seus fundos nesse tipo de estratégia", diz.

CREDIT SUISSE

TRIBUTAÇÃO

Dois obstáculos emperram o investimento de estrangeiros nos fundos brasileiros: os altos valores dos tributos e os níveis de burocracia. Anthony Whaley, sócio do Conyers Dill & Pearman, escritório de offshore de Bermudas, comenta a diferença: "Temos produtos neutros de impostos e sem tributos para o investidor estrangeiro. Nossa base de impostos é o consumo e não a renda."

LONG & SHORT

A sacudida nos fundos de arbitragem serviram como aprendizado para os gestores brasileiros. Essa é a opinião de Enio Shinohara, sócio da Claritas Investimentos. "Eles estão se aprimorando em proteger a carteira com estratégias criativas", diz o gestor.

Por Márcio Kroehn

Material elaborado pela gestora independente TAG Investimentos.

TAG INVESTIMENTOS
www.taginvest.com.br

FUNDOS DE INVESTIMENTO MAIS RENTÁVEIS

RENDA FIXA	MÊS*	ANO	ÚLTIMOS 12 MESES	%CDI MÊS	%CDI ANO	%CDI 12 MESES	TX. ADM. (% ANO)	APLIC. MIN. (R$ MILHARES)	PL ATUAL (R$ MILHÕES)
Mapfre Plus FIC RF	0,66%	4,63%	14,22%	85,77%	137,64%	125,15%	0,45%	30	8,12
Mercatto Top Qual. FI RF Créd. Priv. LP	0,83%	3,59%	12,81%	107,70%	106,75%	112,49%	0,50%	100	42,29
Mercatto Top FI RF Créd. Priv. LP	0,80%	3,68%	12,39%	104,91%	109,28%	108,81%	0,50%	50	190,02
HSBC Performance FI RF Créd. Priv. LP	0,73%	3,44%	11,75%	95,59%	102,40%	103,16%	0,40%	300	2.718,85
UBS Pactual Capital Markets Créd. Priv.	0,75%	3,35%	11,53%	97,26%	99,64%	101,21%	0,35%	25	2.496,39
Itaú Perfix FI RF	0,70%	3,35%	11,48%	91,92%	99,53%	100,76%	0,28%	-	1.937,72
SulAmérica Excellence RF Créd. Priv.	0,64%	3,32%	11,37%	83,96%	98,80%	99,88%	0,50%	25	294,92
Votorantim Vintage FI RF Créd. Priv.	0,56%	3,17%	11,30%	72,73%	94,11%	99,15%	0,35%	50	2.180,92

DI	MÊS*	ANO	ÚLTIMOS 12 MESES	%CDI MÊS	%CDI ANO	%CDI 12 MESES	TX ADM. (% ANO)	APLIC. MIN. (R$ MILHARES)	PL ATUAL (R$ MILHÕES)
UBS Pactual Yield FI Ref. Créd. Priv.	0,74%	3,34%	11,54%	96,30%	99,23%	101,35%	0,60%	3	6.149,57
ABN Amro FI Ref. DI Créd. Priv.	0,57%	3,23%	11,48%	74,81%	95,96%	100,75%	0,00%	-	1.986,33
Santander FI Ref. DI	0,52%	3,15%	11,38%	68,35%	93,77%	99,81%	0,00%	-	11.887,88
Banif Nitor FI Ref. DI	0,74%	3,34%	11,37%	97,05%	99,23%	99,78%	0,30%	5	151,98
Itaú Soberano FI Ref. DI LP	0,76%	3,37%	11,34%	98,91%	100,15%	99,56%	0,15%	10	4.431,25
Mapfre Plus FIC FI Ref. DI	0,73%	3,32%	11,33%	94,75%	98,66%	99,50%	0,45%	30	6,78
CS FI Ref. DI LP	0,75%	3,22%	11,17%	97,45%	95,77%	98,01%	0,30%	5	135,03
Santander Títulos Públicos FIC Ref. DI	0,74%	3,27%	11,15%	97,14%	97,17%	97,95%	0,30%	300	1.931,43

MULTIMERCADO C/ RENDA VARIÁVEL	MÊS*	ANO	ÚLTIMOS 12 MESES	%CDI MÊS	%CDI ANO	%CDI 12 MESES	TX ADM. (% ANO)	APLIC. MIN. (R$ MILHARES)	PL ATUAL (R$ MILHÕES)
HG Verde 14 FIC Mult.	3,12%	5,50%	29,37%	407,36%	163,46%	267,64%	1,50%	5	274,20
Modal Eagle 60 FI Mult.	2,50%	3,14%	22,03%	326,53%	93,41%	187,81%	2,00%	50	46,68
Teórica FI Mult.	7,86%	6,17%	21,27%	1025,33%	183,53%	190,22%	2,00%	5	3,85
WestLB Absolute Return FI Mult. LP	1,13%	5,02%	19,39%	147,04%	149,12%	169,91%	2,00%	20	6,62
Mapfre Inversion FI Mult.	0,77%	6,23%	19,33%	100,67%	185,11%	170,82%	1,20%	-	74,48
Opportunity Total FI Mult.	6,42%	3,77%	18,26%	837,62%	112,07%	164,95%	2,00%	50	725,64
Venturestar FI Mult.	0,15%	0,50%	16,96%	20,08%	14,93%	150,44%	2,00%	100	180,94
Modal Eagle FI Mult.	1,63%	2,95%	16,59%	212,75%	87,62%	141,64%	2,00%	25	90,13

MULTIMERCADO S/ RENDA VARIÁVEL	MÊS*	ANO	ÚLTIMOS 12 MESES	%CDI MÊS	%CDI ANO	%CDI 12 MESES	TX ADM. (% ANO)	APLIC. MIN. (R$ MILHARES)	PL ATUAL (R$ MILHÕES)
Banif Nitor Portfólio FI Mult. Créd. Priv.	0,83%	3,66%	13,05%	108,85%	108,77%	114,61%	0,50%	1.000	49,31
IB Performance FIX FI Mult.	0,66%	3,65%	12,78%	86,21%	108,43%	111,92%	0,50%	-	30,31
Bancoob Capital FI Mult.	0,78%	3,49%	12,51%	102,09%	103,84%	109,83%	1,00%	1	652,38
Unibanco Active FIX 2 Mult. Créd. Priv.	0,62%	3,25%	11,42%	81,43%	96,66%	100,25%	0,35%	300	415,44
CS Portfólio Plus FI Mult. LP	0,70%	3,12%	11,37%	91,92%	92,64%	99,81%	1,00%	5	1.753,41
Santander Performance FI Mult.	0,84%	3,22%	11,07%	110,23%	95,69%	97,20%	0,18%	250	832,87
UBS Pactual High Yield FI Mult.	0,83%	3,15%	11,04%	107,87%	93,58%	97,62%	1,00%	25	7.164,88
Bradesco Plus I FI Mult.	0,58%	3,16%	10,96%	75,57%	93,85%	96,13%	0,50%	250	260,42

AÇÕES	MÊS*	ANO	ÚLTIMOS 12 MESES	SPREAD MÊS	SPREAD ANO	SPREAD 12 MESES	TX ADM. (% ANO)	APLIC. MIN. (R$ MILHARES)	PL ATUAL (R$ MILHÕES)
GWI FI Ações	4,15%	5,33%	72,77%	-3,57%	2,52%	39,36%	1,50%	120	314,15
Humaitá Value FI Ações	10,64%	10,24%	60,65%	2,92%	7,44%	27,24%	2,00%	5	15,13
Galleas Partners I FI Ações	3,09%	4,12%	46,17%	-4,63%	1,32%	12,75%	2,00%	50	102,77
UBS Pactual Dinâmico FI Ações	10,14%	1,65%	42,95%	2,42%	-1,15%	9,54%	1,50%	25	189,63
Franklin Templeton IBX FI Ações	8,95%	-0,64%	40,03%	1,23%	-3,44%	6,62%	2,00%	50	15,61
GP Valor FI Ações	10,04%	4,33%	39,85%	2,32%	1,52%	6,44%	2,00%	20	14,84
Opus Ações FI Ações	8,54%	1,75%	37,93%	0,82%	-1,05%	4,52%	2,00%	20	35,61
Itaú Ace Dividendos FI Ações	7,14%	9,09%	37,25%	-0,59%	6,29%	3,84%	1,50%	5	523,92

LONG & SHORT	MÊS*	ANO	ÚLTIMOS 12 MESES	%CDI MÊS	%CDI ANO	%CDI 12 MESES	TX ADM. (% ANO)	APLIC. MIN. (R$ MILHARES)	PL ATUAL (R$ MILHÕES)
Quest Long Short 30 FI Mult.	0,45%	-1,11%	16,22%	58,17%	-33,09%	138,46%	2,00%	50	321,76
Modal Arbitragem Phoenix FI Mult.	0,11%	0,71%	15,05%	14,33%	21,08%	117,69%	1,50%	10	52,71
Bradesco Long Short FI Mult.	0,76%	2,40%	13,69%	99,50%	71,33%	122,23%	2,00%	25	303,92
Legg Mason Long & Short FI Mult.	1,07%	1,67%	13,26%	139,47%	49,79%	119,61%	0,00%	-	191,82
Votorantim Equity Long Short FI Mult.	0,49%	0,93%	13,08%	64,16%	27,78%	120,06%	2,00%	25	293,49
ABN Amro Star Long Short FI Mult.	0,86%	3,46%	12,68%	111,61%	102,92%	118,30%	0,00%	75	117,99
Pátria Equity Long & Short FI Mult.	0,39%	3,34%	12,31%	51,54%	99,43%	106,61%	2,00%	20	10,49
Unifund Arbitragem Plus FIC Mult.	0,84%	2,50%	11,94%	109,20%	74,30%	99,67%	2,00%	50	45,09

OBS: PL = Patrimônio Líquido; *Até 28 de abril de 2008

Fonte: Anbid/CVM/Quantum Axis

INDICADORES ECONÔMICOS

CRESCIMENTO	4º TRI/07	3º TRI/07	2º TRI/07	1º TRI/07	2007
PIB (dessaz.)	1,60%	1,80%	1,54%	0,99%	5,4%
PIB em US$ bilhões *	1.313,7	1.228,6	1.166,6	1.108,8	1.313,7

ATIVIDADE (%)	FEV/08	JAN/08	DEZ/07	NOV/07	ANO
Produção Industrial (IBGE)	-	9,71%	8,69%	6,32%	9,18%
Volume de vendas no varejo (IBGE)	-	10,18%	11,80%	9,49%	11,99%
Taxa de desemprego (IBGE)	8,6%	8,7%	8,0%	7,4%	-
Utilização da capacidade instalada (CNI)	-	83,2%	83,1%	83,0%	-

INADIMPLÊNCIA [2]	MAR/08	FEV/08	JAN/08	DEZ/07	ANO
Pessoa Física até 90 dias	6,3%	6,3%	6,2%	6,0%	6,25%
Pessoa F. acima de 90 dias	7,1%	7,1%	7,1%	7,0%	7,10%
Pessoa Jurídica até 90 dias	1,3%	1,3%	1,3%	1,2%	1,30%
Pessoa J. acima de 90 dias	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,00%

CONTAS PÚBLICAS (PIB%)	MAR/08 A ABR/07	FEV/08 A MAR/07	JAN/08 A FEV/07	DEZ/07 A JAN/07	NOV/07 A DEZ/06
Resultado Nominal	1,64%	2,07%	2,01%	2,27%	2,10%
Resultado Primário	-4,46%	-4,19%	-4,14%	-3,97%	-4,21%

	FEV/08	JAN/08	DEZ/07	2007	2006
Dívida líquida do setor público	42,19%	40,94%	42,67%	42,67%	44,72%
Dívida líquida interna	51,39%	51,27%	51,68%	51,68%	47,38%
Dívida líquida externa	-9,20%	-9,33%	-9,00%	-9,00%	-2,66%

CONTAS EXTERNAS (US$ BI)	MAR/08	FEV/08	JAN/08	DEZ/07	ANO
Investimento direto estrangeiro	3,1	0,9	4,8	0,9	8,8
Exportações	12,6	12,8	13,2	14,2	38,7
Importações	11,6	11,9	12,3	10,5	35,8
Saldo comercial	1,0	0,9	0,9	3,6	2,8
Saldo em transações correntes	-4,4	-2,1	-4,2	-0,4	-6,3
Reservas internacionais líquidas	195,2	192,9	187,5	180,3	192,9
Dívida externa total	202,6	198,0	196,2	193,2	202,6

Fonte: Banco Central

1 Acumulado em 12 meses. – **2** Em relação ao mesmo período do ano anterior.
3 Em proporção do volume de crédito concedido. – **4** Necessidades de financiamento.

PRINCIPAIS ÍNDICES

INFLAÇÃO	ABR/08	MAR/08	FEV/08	ANO	12 MESES
IPC - Fipe	-	0,31%	0,19%	1,03%	4,29%
IGP-M (FGV)	0,69%	0,74%	0,53%	3,09%	9,81%
IGP-DI (FGV)	-	0,70%	0,38%	2,08%	9,18%
IPCA (IBGE)	-	0,48%	0,49%	1,52%	4,73%
IPCA - núcleo MM suavizado	-	0,39%	0,27%	1,03%	4,17%

JUROS/APLICAÇÃO (EM %)	MAR/08	FEV/08	JAN/08	ANO	12 MESES
CDI	0,84%	0,79%	0,92%	2,58%	11,33%
TR	0,04%	0,02%	0,10%	0,17%	1,13%
Poupança	0,54%	0,52%	0,60%	1,68%	7,37%
TJLP	0,51%	0,51%	0,51%	1,53%	6,31%
Swap PRExDI (30 dias) *	0,80%	0,80%	0,88%	2,50%	10,96%

* Dados disponíveis no Bacen até 02/04

CÂMBIO/PETRÓLEO	2/4/2008	MÊS	ANO	12 MESES
Reais/US$ (comercial venda)	1,706	-2,47%	-3,70%	-16,13%
Euro/US$	1,556	-1,39%	5,68%	14,01%
Iene/US$	103,97	4,27%	-7,07%	-13,01%
Petróleo à vista Brent (US$/barril)	113,43	13,09%	20,82%	66,91%

MERCADOS FUTUROS 23/4/2008	MAI/08	JUN/08	JAN/09	JAN/10
Câmbio (R$/US$)	1,688	1,699	1,792	1,971

Fonte: BM&F

	JUL/08	OUT/08	JAN/09	JAN/10
DI 1 dia (% a.a.)	11,86	12,03	12,81	13,85

	ABR/08	JUN/08	AGO/08	DEZ/08
Ibovespa (pontos)	66.700	67.653	68.810	70.038

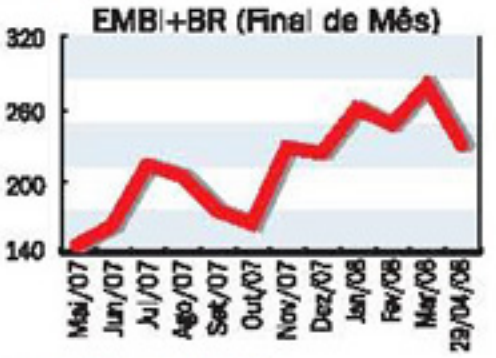
	MAI/08	JUL/08	SET/08	DEZ/08
Café Arábica (60kg - ICF)	158,50	161,00	164,10	167,75

RENTABILIDADE DOS TÍTULOS PÚBLICOS (%)

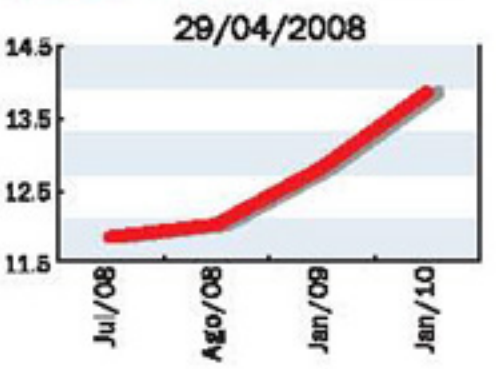
TÍTULO	VENCIMENTO	INDEXADOR	RENTABILIDADE BRUTA MÊS*	RENTABILIDADE BRUTA ANO	ACUMULADO 12 MESES
LFT	18/6/2008	Selic	0,89%	3,48%	11,35%
LTN	1/7/2008	Pré	0,84%	3,48%	11,10%
NTN-B	15/5/2009	IPCA	1,38%	3,44%	12,16%
NTN-C	1/3/2011	IGP-M	1,41%	5,80%	15,00%
NTN-F	1/1/2010	Prefixado	0,20%	2,47%	6,73%

* até 29/04/08

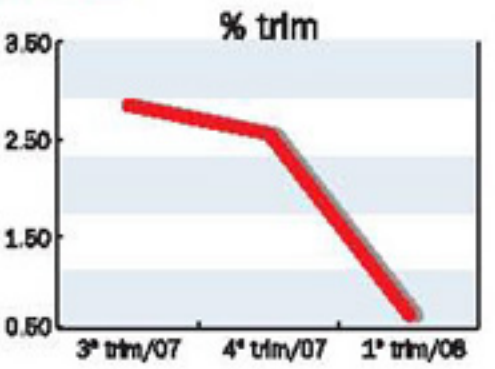
RISCO PAIS



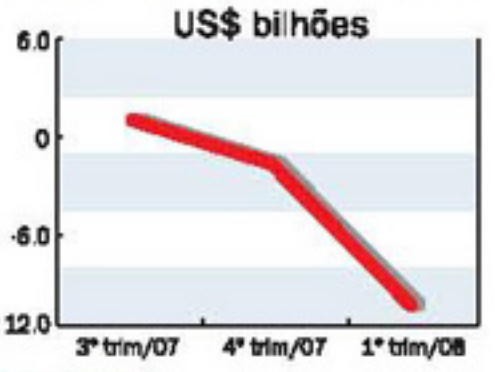
JUROS FUTUROS



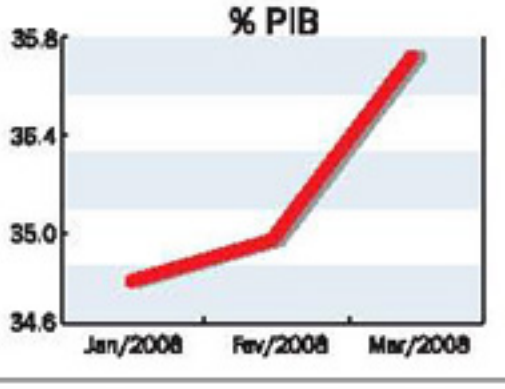
PIB EUA



SALDO TRANS. CORRENTES



CRÉDITO



COMENTÁRIOS

PIBINHO DOS EUA

A economia americana cresceu 0,6% no primeiro trimestre. Como o número, apesar de baixo, não é negativo, a economia teoricamente não está em recessão. George Bush concordou que o dado representa um crescimento lento, mas o resultado foi visto com entusiasmo pelo mercado.

PIB DO BRASIL SOBE

A projeção de crescimento do PIB para este ano, feita pela Febraban, passou de 4,63% para 4,66%. No setor agropecuário é projetado o maior crescimento, de 4,85%.

SALDO NEGATIVO

O saldo em transações correntes (todas as movimentações do Brasil com o Exterior) ficou em US$ 10,7 bilhões negativo no trimestre. Altamir Lopes, chefe do Departamento Econômico do Banco Central, atribui o resultado ao aumento das importações e das remessas de lucros e dividendos de empresas estrangeiras no Brasil ao Exterior.

PETRÓLEO EM QUEDA

O preço do barril de petróleo caiu para US$ 114 nesta quarta-feira 30, em Nova York. A queda ocorreu após a divulgação de um aumento maior que o esperado das reservas petrolíferas americanas e da nova redução de 0,25% das taxas de juros dos EUA.

Por Ana Clara Costa

Material elaborado pela empresa de análise de risco Austin Rating.

AUSTIN RATING

www.austin.com.br

Por Luiz Fernando Sá

A gasolina subiu. E daí?

Era para ser a notícia mais importante do dia. Aquela que nos tira o humor e nos remete aos anos do dragão, quando gastar rápido era a única forma de preservar o dinheiro dos efeitos devastadores da inflação. A gasolina aumentou 10%, anunciou o governo na quinta-feira 30 de abril, a mesma data fatídica em que se encerrava o prazo para o acerto de contas com o leão do Imposto de Renda, ponto negro do calendário, momento tradicional de se praguejar contra o governo. Pois é, o preço da gasolina vai subir. E daí? Não houve filas nos

postos, não se ouviram gritos de protesto e, mais surpreendente, talvez nem haja um grande impacto na inflação. O Brasil, definitivamente, não é mais o mesmo.

Uma radiografia do outrora nefasto momento explica muito da falta de combustão no noticiário. Todo mundo esperava pela confirmação do aumento, mas quando o presidente da Petrobras, José Sérgio Gabrielli, tratou de fazê-lo, na tarde daquela quinta, já havia fato mais importante a ser repercutido. O acaso – e que acaso! – estendeu uma mão ao governo e a surpreendente classificação do Brasil como grau de investimento pela agência de risco Standard & Poor, minutos antes, tratou de ofuscar qualquer outro fato. Coadjuvante do dia, Gabrielli foi poupado de dar as explicações, tão difíceis em outros tempos. Por que 10%? Por que tanto tempo sem reajustes? Temos outros aumentos previstos? Qual o limite para o preço do petróleo? O governo segurou o preço dos combustíveis para não deixar a inflação disparar?

Não houve fila nos postos, não se ouviram gritos de protesto e, mais supreendente, talvez nem haja grande impacto na inflação. O Brasil não é mais o mesmo

Voltemos à radiografia. Enxerga-se um país preocupado com a recente aceleração dos preços e com a possibilidade de a inflação estar escapando do centro da meta imposta pelo Banco Central para este ano. Por conta desse temor, o hiperzeloso BC acabara de elevar os juros básicos da economia. **Os combustíveis, com cotações em disparada no mercado global, mas estacionados nas refinarias nacionais, apareciam aqui como uma âncora, segurando os índices de preços junto ao chão.** Um olhar rápido identifica a Petrobras como auxiliar do BC no papel de guardiã da política monetária. Pode se tratar de ilusão de imagem.

Checando-se com mais rigor, descobre-se que a estatal jogou o jogo do mercado. Se conseguiu, convenientemente, segurar os preços da gasolina por tanto tempo é porque tinha o respaldo da lei da oferta e da procura e o auxílio generoso das taxas de câmbio. O dólar em baixa pressiona menos suas contas. Mas, sobretudo, a diversidade da matriz energética brasileira a impede de simplesmente transferir para as bombas o aumento que vem de fora. **Diferentemente dos outros países, o Brasil tem opção. Se a gasolina sobe, corremos para o álcool. Aliás, já estamos correndo, antes mesmo do aumento.** Em março, pela primeira vez na história, vendeu-se, nos postos brasileiros, mais etanol que gasolina. Para uma empresa de petróleo, essa é uma boa razão para reter remarcações sem desagradar aos acionistas. Para uma estatal de petróleo, alinhada com a política econômica, um ótimo argumento para fazer o mesmo.

Mesmo ao soltar as amarras da âncora do álcool, a Petrobras pôde fazê-lo quase sem culpa. Simultaneamente ao reajuste dos combustíveis, o governo anunciou uma compensação: vai reduzir a incidência da Cide, contribuição cobrada sobre a venda dos combustíveis. Com isso, embora mais cara nas refinarias – e mais lucrativa para a estatal –, a gasolina pode ser mantida nos mesmos patamares de preços ao consumidor. Com o diesel, cuja alta foi de 15%, a contrapartida da Cide é insuficiente e o combustível que move caminhões e trens, este sim, vai impactar a economia quando o repasse do custo dos transportes chegar às prateleiras embutido em outros produtos. Bem, mas aí, graças ao grau de investimento, o dólar pode estar ainda mais barato, a ciranda positiva continuar rodando e uma nova boa notícia nos fazer esquecer que, no festivo 30 de abril, a gasolina subiu.

Trevisan
OUTSOURCING

25 ANOS Trevisan

Trevisan Outsourcing e Hospital Municipal M'Boi Mirim.

O Hospital Israelita Albert Einstein e o Centro de Estudos e Pesquisas Dr. João Amorim farão a gestão do Hospital Municipal de M´Boi Mirim - Dr. Moysés Deutsch.

A Trevisan Outsourcing é a empresa contratada para fazer a gestão da contabilidade e da escrituração fiscal.

Mantenha o foco no seu Cliente.
A Trevisan resolve os seus processos de Back Office.

www.trevisanoutsourcing.com.br
SP • 55 11 3138-5316, Fax 55 11 3138-5004
RJ • Tel/Fax 55 21 2232-0054
nucleosaude@trevisan.com.br

Trevisan ESCOLA DE NEGÓCIOS
INSCRIÇÕES ABERTAS
VESTIBULAR 20 julho 2008
www.trevisan.edu.br

CONSULTORIA ESCOLA DE NEGÓCIOS OUTSOURCING

**Um relatório feito para
você reciclar informações.
E não folhas de papel.**

**Relatório Anual 2007 do
Banco do Brasil. O primeiro
relatório totalmente interativo,
reutilizável e sustentável do País.**

Para o Banco do Brasil, fazer o futuro é ser transparente e prestar contas de maneira sustentável. É por isso que o Relatório Anual 2007 não utiliza papel. Todas as informações estão em um *pen drive*. É assim que chegamos aos nossos 200 anos: com respeito aos brasileiros, ao meio-ambiente e com muita inovação.
Banco do Brasil. 200 anos fazendo o futuro.

**Você também pode acessar a versão
on-line pelo portal bb.com.br.**

Todo seu

BANCO DA SUSTENTABILIDADE